



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

ANALISIS TATANIAGA MARKISA DI NAGARI AIR DINGIN KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK

SKRIPSI



EFNI SEPRI DARMIS
0910221004

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015

**ANALISIS TATANIAGA MARKISA DI NAGARI AIR DINGIN
KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK**

Oleh

**EFNI SEPRI DARMIS
0910221004**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2015**

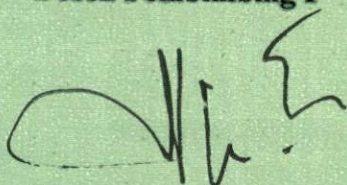
**ANALISIS TATANIAGA MARKISA DI NAGARI AIR DINGIN
KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK**

SKRIPSI

OLEH
EFNI SEPRI DARMIS
0910221004

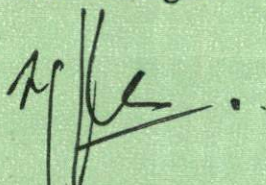
MENYETUJUI:

Dosen Pembimbing I



Muhammad Hendri, S.P, MM
NIP. 197810042006041002

Dosen Pembimbing II



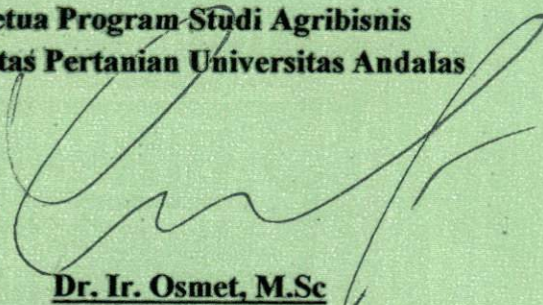
Yusmarni, S.P, M.Sc
NIP. 132322022

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Andalas**



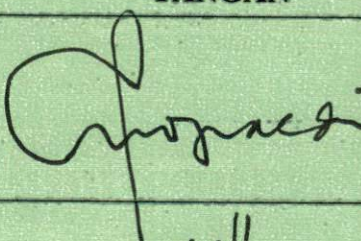
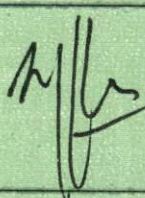
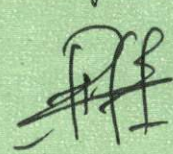
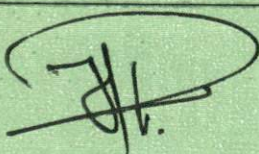
Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc
NIP. 195312161980031004

**Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Andalas**



Dr. Ir. Osmet, M.Sc
NIP. 195510191987021001

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas, pada tanggal 28 Januari 2015.

No	NAMA	TANDA TANGAN	JABATAN
1.	Dr. Ir. Nofialdi, M.Si		Ketua
2.	Yusmarni, S.P, M.Sc		Sekretaris
3.	Rina Sari, S.P, M.Si		Anggota
4.	Rika Hariance, S.P, M.Si		Anggota

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan, Yang menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah dan dari Tuhanmulah apa yang datang. Yang mengajarkan dengan petunjuk, yang mengajarkan manusia apa-apa yang tidak diketahuinya".

(QS. 96:1-5)

"Maha Suci Tuhan yang telah menundukkan semua ini bagi kami padahal kami sebelumnya tidak mampu menguasainya, dan sesungguhnya kami akan kembali kepada Tuhan kami."

(QS. 43:13-14)

Persembahkan kecilku untuk:

Ayahanda Miswanto dan Ibunda Darnis

**Terimakasih telah membesarkanku dengan cinta dan kasih sayang serta
untuk semangat dan doa yang diberikan**

BIODATA

Penulis dilahirkan di Kabupaten Solok, Kecamatan Gunung Talang, Nagari Guguk pada tanggal 26 September 1991 sebagai anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara, dari pasangan Miswanto dan Darnis. Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 01 Kota Solok (1997-2003). Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) ditempuh di SMP Negeri 02 Kota Solok, lulus pada tahun 2006. Sedangkan Sekolah Menengah Atas (SMA) ditempuh di SMA Negeri 04 Kota Solok dan lulus pada tahun 2009. Pada tahun 2009, penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Jurusan Sosial Ekonomi, Program Studi Agribisnis.

Sejak tahun 2009 sampai tahun 2014, penulis aktif di beberapa Lembaga Mahasiswa diantaranya Forum Studi Dinamika Islam (Forstudi FP-UA) sebagai Staff Kaderisasi (2009-2010) dan Dewan Penasehat Pengurus (2011-2012), Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM KM FP-UA) sebagai Sekretaris Daerah (2013-2014), dan Sosial Service Center (SSC FP-UA) sebagai Asisten Direktur Keuangan (2010-2011).

Padang, Januari 2015

ESD

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beriringan salam disampaikan buat Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam kehidupan. Skripsi ini disusun dari hasil penelitian dalam bentuk survey di lapangan dengan judul “Analisis Tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok”. Penulisan skripsi ini sebagai aplikasi ilmiah dari mata kuliah Pemasaran Agribisnis.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada Bapak Muhammad Hendri, S.P, MM dan Ibu Yusmarni, S.P, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, nasehat, dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sama penulis sampaikan pula kepada Bapak Dr. Ir. Nofialdi, M.Si, Ibu Rina Sari, S.P, M.Si dan Ibu Rika Hariance, S.P, M.Si yang telah memberikan saran-saran untuk perbaikan skripsi ini. Kemudian ucapan terima kasih penulis sampaikan teristimewa kepada kepada orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Harapan penulis, semoga hasil penelitian yang telah penulis lakukan ini dapat memberikan sumbangan informasi ilmiah terutama tentang tataniaga markisa.

Padang, Januari 2015

ESD

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Taksonomi dan Morfologi Markisa	6
B. Jenis dan Varietas Markisa	7
C. Definisi dan Fungsi Tataniaga	8
D. Lembaga dan Saluran Tataniaga	10
E. Biaya dan Margin Tataniaga	13
F. Efisiensi Tataniaga	14
G. Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Waktu dan Tempat Penelitian	17
B. Metode Penelitian	17
C. Metode Pengambilan Sampel	17
D. Metode Pengumpulan Data	18
E. Variabel Penelitian	20
F. Analisis Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian	24
1. Letak dan Kondisi Geografi	24

2. Keadaan Penduduk	25
B. Karakteristik Sampel	26
C. Tataniaga Markisa	30
1. Saluran Tataniaga	30
2. Fungsi Tataniaga	32
a. Fungsi Tataniaga Yang Di Lakukan Oleh Petani	34
b. Fungsi Tataniaga Yang Di Lakukan Oleh Pedagang Pengumpul	36
c. Fungsi Tataniaga Yang Di Lakukan Oleh Pedagang Pengecer	37
3. Biaya Tataniaga, Margin Tataniaga, Bagian Yang Diterima Oleh Petani, dan Efisiensi Tataniaga	38
a. Biaya Tataniaga	38
b. Margin Tataniaga	46
c. Bagian Yang Diterima Oleh Petani	46
d. Efisiensi Tataniaga	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Luas Daerah Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti	24
2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan	25
3. Produksi Buah-buahan Menurut Jenis Tanaman	26
4. Identitas Petani Sampel Markisa Di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti	27
5. Karakteristik Pedagang Sampel Di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti	29
6. Jumlah Petani dan Penjualan Markisa Pada Setiap Pola Saluran Tataniaga Markisa	31
7. Fungsi-fungsi Tataniaga yang Di Lakukan Oleh Lembaga Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin	34
8. Margin Tataniaga Di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti	45
9. Bagian Yang Di Terima Oleh Petani Dalam Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin	47
10. Bagian Yang Di Terima Oleh Masing-masing Pedagang Pada Setiap Saluran Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin	47
11. Efisiensi Tataniaga Markisa Pada Masing-masing Saluran Tataniaga	48

DAFTAR GAMBAR

Halaman

- | | |
|--|----|
| 1. Pola Saluran Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin Kecamatan
Lembah Gumanti | 31 |
|--|----|

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Perkembangan Produksi Buah-buahan di Indonesia	53
2. Keadaan Luas Areal Produksi Buah-buahan Markisa Tahun 2012 di Sumatera Barat	54
3. Jumlah Tanaman dan Produksi Markisa di Kabupaten Solok Tahun 2011	55
4. Identitas Petani Sampel Markisa di Kecamatan Lembah Gumanti	56
5. Biaya Pengemasan Buah Markisa Oleh Petani Pada Pola Saluran I	57
6. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Petani Pada Pola Saluran I	58
7. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Petani Pada Pola Saluran I	59
8. Biaya Penyusutan Gerobak Petani Pada Pola Saluran I	60
9. Identitas Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	61
10. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	62
11. Biaya Upah Angkut Markisa Yang Dikeluarkan Oleh Pedagang Pengecer Pada Saluran I	63
12. Perhitungan Biaya Bersama Oleh Pedagang Pengecer Markisa Pada Pola Saluran I	64
13. Biaya Sewa Kios Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	65
14. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	66
15. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	67
16. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I	68
17. Penjualan Markisa Dari Petani Ke Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	69
18. Biaya Pengemasan Buah Markisa Oleh Petani Pada Pola Saluran II	70
19. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Petani Pada Pola Saluran II	71
20. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Petani Pada Pola Saluran II	72
21. Biaya Penyusutan Gerobak Yang Digunakan Oleh Petani Pada Pola Saluran II	73
22. Identitas Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	74
23. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	75
24. Biaya Tenaga Kerja Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	76

25. Biaya Karton/Dus Yang Digunakan Oleh Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	77
26. Biaya Transportasi Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	78
27. Biaya Penyusutan Alat Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	79
28. Biaya Penyusutan Gudang Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	80
29. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II	81
30. Identitas Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	82
31. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	83
32. Biaya Upah Angkut Markisa Yang Dikeluarkan Oleh Pedagang Pengecer Pada Saluran II	84
33. Perhitungan Biaya Bersama Oleh Pedagang Pengecer Markisa Pada Pola Saluran II	85
34. Biaya Sewa Kios Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	87
35. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	88
36. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	89
37. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II	90

ANALISIS TATANIAGA MARKISA DI NAGARI AIR DINGIN KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran tataniaga, lembaga dan fungsi tataniaga Markisa, menganalisis besar margin tataniaga, bagian yang diterima oleh petani serta menganalisis efisiensi saluran tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti. Untuk pengambilan sampel pedagang pada penelitian ini, penulis membatasi hanya untuk pedagang yang berada dipasar lokal saja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 saluran tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Lembaga tataniaga yang terlibat pada tataniaga Markisa meliputi petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Masing-masing lembaga tataniaga melaksanakan fungsi-fungsi tataniaga yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan dan pengepakan) dan fungsi fasilitas (sortasi/grading, penanggungan resiko, informasi pasar, dan modal). Margin yang paling menguntungkan terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp 7.500/kg dibandingkan dengan saluran II sebesar Rp 6.500/kg, untuk bagian yang diterima oleh petani dan pedagang dari kedua saluran berdasarkan tingkat efisiensi dan biaya tataniaga yang didapatkan, maka tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan untuk *share* yang diterima oleh masing-masing lembaga, hal ini berarti adanya pembagian yang adil untuk setiap lembaga tataniaga yang terlibat. Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang dapat diberikan yaitu : Untuk menjaga kualitas/mutu dari buah markisa sebaiknya pemerintah menetapkan standarisasi dan grading dari buah markisa mengingat sebentar lagi akan memasuki pasar globalisasi perdagangan bebas asia tenggara, dengan begitu markisa tetap mampu bersaing dengan produk luar.

Kata kunci: *analisis tataniaga, tataniaga markisa, saluran, margin dan efisiensi tataniaga*

MARKETING ANALYSIS OF PASSION FRUIT IN AIR DINGIN VILLAGE LEMBAH GUMANTI SUB DISTRICT SOLOK DISTRICT

ABSTRACT

The aims of this research are to describe the marketing channel, the institution and the marketing function of Passion fruit, to analyze the marketing margin, the share obtained by the farmers, and to analyze the efficiency of the marketing channel of passion fruit in the research site. Sampling for traders in this study were restrictly only the local market traders.

The finding shows that there were 2 marketing channel of Passion fruit in the research site. The involved marketing institutions in the research site are farmers, local assembler, and retailer. Each marketing institution undergo the marketing functions namely exchange function (purchasing and selling), physical function (carriage, storage, and packing), and facility function (grading, risk responsibility, market information and asset).

The research finds that the most profitable margins was in the first channel that was Rp 7.500/ kg, meanwhile the second channel was only Rp 6.500/kg. Furthermore share received by farmers and traders in both channels based on the level of efficiency and marketing cost was not significantly different between each institution, which means there is a fair marketing division for each agency involved.

Based on findings it is suggested to the government to establish standardization and grading of passion fruit in order to maintain the quality of passion fruit. So that the passion fruit could compete in internasional market.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan luas daratan dan lautan yang sangat luas sehingga sebagian besar mata pencaharian penduduk berada di sektor pertanian. Sektor pertanian terdiri atas sub-sektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan (Yayuk, dkk, 2004: 2).

Pertanian mempunyai arti penting dalam pembangunan perekonomian bangsa. Pemerintah telah menetapkan sektor pertanian sebagai prioritas utama pembangunan dimasa mendatang. Pertanian tidak hanya sebagai penyedia kebutuhan pangan bagi penduduknya, tetapi juga sumber kehidupan sebagian penduduk. Pertanian juga merupakan sumber pendapatan ekspor serta pendorong dan penarik bagi tumbuhnya sektor-sektor lainnya (Nainggolan, 2005 : 7).

Salah satu subsektor pertanian yang mendapat perhatian khusus dari pemerintah adalah hortikultura. Hortikultura sebagai salah satu produk sub-sektor pertanian yang dipandang sebagai sumber pertumbuhan baru potensial untuk dikembangkan dalam sistem agribisnis karena mempunyai keterkaitan yang kuat baik ke hulu maupun ke hilir. Kegiatan tersebut mencakup keseluruhan aktifitas sektor pertanian, mulai dari penyediaan input produksi sampai dengan pengolahan dan pemasaran. Pengembangan hortikultura diharapkan mampu memberi nilai tambah yang besar bagi produsen dan industri pengguna, sedangkan bagi konsumen juga dapat memperbaiki keseimbangan gizi dalam pola makanan.

Prospek pengembangan komoditas hortikultura dimasa mendatang cukup menggembirakan karena permintaan yang cenderung meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri hulu dan hilir yang mendukung potensi serapan pasar di dalam dan luar negeri. Fenomena dalam kehidupan masyarakat juga menunjukkan meningkatnya tingkat pendidikan dan kesejahteraan mendorong peningkatan kesadaran dan minat masyarakat terhadap komoditas hortikultura. Pengembangan usaha agribisnis hortikultura mempunyai keunggulan dibandingkan dengan komoditas pertanian lainnya. Pertama dalam satuan luas lahan yang kecil dapat memberikan keuntungan relatif besar. Kedua,

dapat memberikan jaminan pendapatan yang tinggi, jangka panjang dan berkelanjutan, khususnya pada pengusahaan tanaman buah-buahan. Perluasan areal hortikultura merupakan upaya investasi jangka panjang dan diarahkan untuk komoditas buah-buahan unggulan nasional yang mempunyai keunggulan komparatif dan kompetitif. Ditinjau dari ketersediaan dan daya dukung sumber daya alam, maka Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar. Berbagai daerah dengan karakteristik dan kondisi agropedoklimatnya dapat dikembangkan untuk berbagai jenis dan varietas komoditas hortikultura (Rahmat, 2003 : 10).

Menurut Rahmat (2003 : 5) salah satu jenis buah-buahan yang potensial dan layak untuk diusahakan secara komersial sebagai komoditas unggulan agribisnis adalah Markisa (*Passiflora ligularis*). Markisa banyak diminati penggemarnya baik dalam bentuk buah segar maupun setelah diolah menjadi sirup, rasanya tetap menyegarkan. Buah markisa banyak mengandung *passiflorine* yang berkhasiat untuk menentramkan urat syaraf, selain itu juga sumber vitamin C dan A. Peluang pasar dunia terhadap permintaan markisa segar dan olahan sangat terbuka luas, sehingga usahatani tanaman markisa layak dikembangkan dan dijadikan sumber pendapatan petani dan devisa negara.

Menurut data statistik tahun 1995-2011 produksi buah markisa di Indonesia pada tahun 2010-2011 meningkat, yaitu dari 132.011 ton menjadi 140.895 ton (Lampiran 1). Di Indonesia sentra produksi markisa terdapat pada beberapa propinsi yaitu di Sumatera Barat, Sumatera Utara (di Kabupaten Karo dan Simalungun) dan Sulawesi Selatan (di Gowa, Tana Toraja, Sinjai, Polewali-Mamasa). Jenis markisa yang dikembangkan di Sulawesi Selatan dan Sumatera Utara adalah markisa ungu (*Passiflora edulis*), sedangkan di Sumatera Barat pada umumnya yang dibudidayakan adalah markisa kuning dengan rasa manis untuk dikonsumsi langsung (Rahmat, 2003 : 11).

Di Sumatera Barat, Kabupaten Solok merupakan salah satu daerah yang cocok untuk pengembangan usahatani markisa hal ini disebabkan daerah ini memenuhi syarat-syarat untuk pertumbuhan markisa. Tanaman markisa dapat tumbuh dengan baik dan berproduksi tinggi didaerah dataran tinggi, pada ketinggian 500-1500 m dpl. Selain itu, markisa butuh tanah yang subur dan kaya akan unsur hara, tidak asam dan tidak banyak mengandung air (Buharman, 2001 :

10). Sedangkan Kecamatan Lembah Gumanti, Kenagarian Air Dingin berada pada ketinggian 1.382-1.458 m di atas permukaan laut dengan topografi bergelombang, sehingga daerah ini cocok untuk pengembangan usahatani markisa.

Pengembangan suatu komoditas pertanian dari aspek ekonomi sangat tergantung pada tingkat pendapatan dan kelayakan usaha. Usaha perbaikan dibidang tataniaga memegang peranan penting karena usaha peningkatan produksi saja tidak mampu untuk meningkatkan pendapatan petani bila tidak didukung dan dihubungkan dengan situasi pasar. Salah satu masalah yang sering menjadi kendala dalam bisnis markisa adalah masalah tataniaganya, seperti permainan harga yang dilakukan pedagang perantara terhadap petani (Rahmat, 2003 : 9).

Menurut Mubyarto (1984 : 28), tataniaga termasuk salah satu kegiatan perekonomian dan membantu dalam menciptakan kegiatan ekonomi. Sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu - individu. Untuk mencapai hasil kepuasan pada produsen dan konsumen diperlukan adanya suatu sistem pemasaran yang efisien.

Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan harga yang murah, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Sistem tataniaga yang tidak efisien akan mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diterima oleh produsen, jadi harga yang diterima produsen dapat juga dijadikan ukuran efisiensi sistem tataniaga (Mubyarto, 1989 : 166).

Tataniaga merupakan salah satu syarat mutlak pembangunan pertanian. Tanpa pasar, produksi pertanian tidak akan berkembang. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendapatan petani perlu dilakukan suatu sistem tataniaga yang efektif dan efisien sehingga dapat menyalurkan hasil usaha tani dari produsen ke konsumen akhir dengan harga yang diinginkan petani dan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Markisa (*Passiflora ligularis*) merupakan komoditas potensial dan unggulan spesifik daerah di Sumatera Barat. Daerah penghasil markisa di

Sumatera Barat saat ini ada 4 kabupaten/kota yaitu Kabupaten Solok, Kabupaten Agam, Kabupaten 50 Kota, dan Kota Payakumbuh. Kabupaten Solok merupakan kabupaten yang memiliki produksi tinggi serta status pengusahaan terluas (Lampiran 2).

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok (Solok dalam angka 2012) luas lahan tanaman markisa di Kabupaten Solok mencapai luas 1.358.233 Ha dengan total produksi 123.318,90 ton. Sentra utama markisa tersebar di 6 kecamatan yaitu Kecamatan Lembah Gumanti, Lembang Jaya, Gunung Talang, Danau Kembar, Payung Sekaki dan Pantai Cermin dan dari 6 kecamatan tersebut, Kecamatan Lembah Gumanti adalah daerah yang paling luas dalam mengembangkan markisa, luasnya mencapai 859.80 Ha (Lampiran 3). Sedangkan Nagari yang memproduksi markisa terbanyak berdasarkan hasil prasurvei dilapangan adalah Nagari Air Dingin. Jenis markisa yang diusahakan adalah markisa kuning.

Berdasarkan wawancara pada saat survei pendahuluan, dalam proses tataniaga markisa terbentuk dua daerah pemasaran yaitu pasar lokal (Lubuk selasih, Tabek Panjang, dan Pasar Usang) serta pasar regional (Jakarta dan Bandung). Dengan dua daerah pemasaran ini, maka terbentuk berbagai macam saluran tataniaga. Hal ini lah yang menyebabkan petani menghadapi berbagai lembaga tataniaga serta alur tataniaga yang berbeda. Karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka untuk pengambilan sampel pedagang penulis membatasi hanya untuk pedagang yang berasal dari pasar lokal saja.

Dari masalah-masalah pertanian, masalah yang sering dihadapi oleh lembaga-lembaga tataniaga adalah komoditas yang dihasilkan mudah rusak karena belum adanya tempat penyimpanan yang baik untuk komoditas yang telah dipanen. Dari segi kelembagaan tataniaga, petani masih sangat lemah sehingga dalam memasarkan komoditasnya petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat dan cenderung sering dirugikan karena bentuk struktur pasar yang cenderung mengarah ke oligopsoni dimana jumlah pedagang lebih sedikit dari petani.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem tataniaga markisa di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok ?
2. Berapakah besar margin tataniaga, bagian yang diterima petani dan efisiensi saluran tataniaga markisa di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok ?

Oleh karena itu, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan sistem tataniaga markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, yang meliputi saluran tataniaga, dan fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing lembaga.
2. Menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima oleh petani, serta efisiensi saluran tataniaga markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti.

D. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat ke berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi petani, diharapkan hasil penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan dalam memilih saluran tataniaga yang lebih efisien, sehingga dapat membantu petani dalam memasarkan produknya
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama kegiatan kuliah.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan informasi mengenai tataniaga usahatani markisa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Taksonomi Markisa

Dalam sistematika (*taksonomi*) tumbuhan, kedudukan tanaman markisa diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Ordo	: <i>Malpighiales</i>
Familia	: <i>Passifloraceae</i>
Genus	: <i>Passiflora</i>

Tanaman markisa merupakan tumbuhan semak atau pohon yang hidup menahun (*perennial*) dan bersifat merambat atau menjalar hingga sepanjang 20 m atau lebih. Batang tanaman berkayu tipis, bersulur, dan memiliki banyak percabangan yang kadang-kadang tumbuh tumpang tindih. Pada stadium muda, cabang tanaman berwarna hijau dan setelah tua berubah menjadi hijau kecoklatan. Daun tanaman sangat rimbun, tumbuh secara bergantian pada batang atau cabang. Tiap helai daun bercaping tiga dan bergerigi berwarna hijau mengilap (Rahmat, 2003: 15-16).

Tanaman markisa mulai berbuah pada umur satu tahun, dan masa produksi dapat berlangsung selama 5-6 tahun. Satu pohon dapat menghasilkan ratusan buah. Ukuran buah bervariasi, mulai dari sebesar bola pingpong sampai sebesar mentimun suri. Bentuk dan warna kulit buah juga bervariasi yaitu oblong (bundar), bulat ataupun lonjong panjang, dengan warna kulit hijau, kuning, orange, coklat atau ungu. Buah muncul dari ketiak daun dan berdempol, setiap dompok terdiri atas sembilan butir atau lebih (Rahmat, 2003: 15-16).

Biji buah markisa berbentuk gepeng, berukuran kecil, dan berwarna hitam. Masing-masing biji terbungkus oleh selaput lendir yang mengandung cairan yang berasa asam. Jaringan biji (*pulp*) mempunyai aroma khas, berwarna kuning, dan berlendir. Biji markisa mengandung 0,3% zat kapur, 0,66% fosfor, 12,7% zat

putih telur, 9,33% lemak, dan 59,2% serat kasar, serta 18,3% pati (Rahmat, 2003: 15-16).

Biji markisa dapat digunakan sebagai bahan perbanyakan tanaman. Namun, dalam skala komersial (perkebunan), perbanyakan tanaman markisa pada umumnya menggunakan organ vegetatif yang berupa stek batang dan stek cabang (Rahmat, 2003: 16).

B. Jenis dan Varietas Markisa

Diantara jenis dan spesies markisa yang sudah dikenal oleh para ahli botani, terdapat 3 jenis markisa yang dibudidayakan secara komersial.

1. Markisa Ungu (*Passiflora edulis* var. *edulis*)

Markisa ungu juga disebut siuh atau “markisa asam”. Markisa jenis ini banyak diusahakan di Kabupaten Gowa (Sulawesi Selatan) dan Kabupaten Karo (Sumatera Utara). Jenis markisa ungu mempunyai ciri-ciri morfologi:

- a. Batang tanaman halus terkulai, agak berkayu, berumur panjang dan bersifat merambat atau menjalar
- b. Tanaman mampu berbuah lebat, pembuahan berlangsung dua kali setahun
- c. Buah muda berwarna hijau, sedangkan buah tua atau masak berwarna ungu gelap
- d. Buah berbentuk bulat agak lonjong atau oval, berdiameter antara 5,0-5,5 cm dan berasa asam dengan aroma wangi yang kuat sehingga cocok dibuat sirup atau jus.

2. Markisa Kuning (*Passiflora edulis* var. *flavicarpa* Degener)

Markisa kuning disebut juga buah *rola* atau *yellow passion fruit*. Jenis markisa ini banyak dibudidayakan secara komersial di Kuba, Puerto Riko, Kolumbia dan Brasil. Di Indonesia, markisa kuning banyak ditanam di Pelabuhan Ratu, Sukabumi, Jawa barat termasuk di Sumatera Barat.

Adapun karakteristik markisa kuning ini adalah :

- a. Biji keras, berjumlah banyak, dan berwarna cokelat kekuningan. Selaput biji mengandung cairan yang manis sehingga dapat dikonsumsi sebagai buah segar.
- b. Batang tanaman agak halus, sedikit berkayu, berumur panjang dan bersifat menjalar
- c. Buah berbentuk oval sampai bulat lonjong, berukuran panjang 5cm-7cm.
- d. Buah muda berwarna hijau, sedangkan buah tua berwarna kuning.

3. Markisa Erbis (*Passiflora quadrangularis* Simson)

Ciri khas markisa erbis yang membedakannya dengan jenis markisa yang lain adalah :

- a. Batang dan cabang tanaman berukuran besar, berbentuk segiempat, dan bersifat merambat
- b. Bunga berukuran besar dengan bentuk dan warna yang indah serta beraroma harum
- c. Buah berukuran besar (mencapai 2,5 kg/buah) dan berbentuk bulat sampai oblong dengan panjang 20-25 cm
- d. Kulit buah tipis berwarna hijau, kekuning-kuningan
- e. Daging buah tebal dan enak dikonsumsi dengan ditambah sirup atau es
- f. Biji berbentuk gepeng diliputi oleh selaput yang mengandung cairan berasa asam

C. Definisi dan Fungsi Tataniaga

Hamid (1994: 11) mendefinisikan tataniaga sebagai pelaksanaan kegiatan usaha yang bertujuan untuk mengalirkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi. Sedangkan menurut Kotler (2001), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai orang lain.

Dalam proses penyampaian barang dari tingkat produsen ke tingkat konsumen diperlukan tindakan – tindakan yang dapat memperlancar kegiatan tersebut, dan kegiatan tersebut dinamakan fungsi – fungsi tataniaga (Hamid, 1994 : 88).

Adapun fungsi tataniaga terdiri dari :

a. Fungsi Pertukaran (*Exchange Function*)

Fungsi ini meliputi semua kegiatan untuk memperlancar jalan pemindahan hak milik atas barang dan jasa melalui suatu proses pertukaran dari penjual kepada pembeli. Adapun fungsi pertukaran meliputi :

- Fungsi penjualan

Bertujuan untuk mencari pembeli (konsumen) suatu barang dengan motif keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk itu seorang penjual harus mencari tempat, waktu dan harga yang tepat pada jumlah yang diinginkan konsumen. Sasaran penjualan adalah mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.

- Fungsi pembelian

Bertujuan untuk menentukan jenis barang yang akan dibeli yang sesuai dengan kebutuhannya baik untuk dikonsumsi langsung maupun untuk kebutuhan produksi.

b. Fungsi Fisik (*Physical Function*)

Semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, kegunaan bentuk, dan kegunaan waktu. Fungsi fisik terdiri dari :

- Fungsi pengangkutan

Pemindahan barang dari tempat produksi atau tempat penjualan ke tempat dimana barang tersebut akan terpakai (kegunaan tempat).

- Fungsi Penyimpanan

Berfungsi untuk menyimpan barang selama belum dikonsumsi atau menunggu diangkut ke daerah pemasaran atau menunggu sebelum diolah.

- Fungsi Pengolahan

Berfungsi untuk meningkatkan kualitas barang baik dalam rangka memperkuat daya tahan barang maupun dalam rangka meningkatkan nilainya.

- c. Fungsi Fasilitas (*Facilitating Function*)

Adalah menyediakan dan memberikan jasa-jasa atau fasilitas-fasilitas guna memperlancar jalannya fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi fasilitas terdiri dari 4 fungsi, yaitu :

- Fungsi standarisasi dan *grading*

Standarisasi merupakan proses penentuan standar atau suatu ukuran mutu dengan mengambil dasar-dasar perincian seperti warna, rupa, kadar kimia, kematangan, kandungan air, rasa aroma, kebersihan dan sebagainya. Sedangkan *grading* adalah proses pemakaian suatu standar dengan jalan mensortir benda atau barang menjadi beberapa golongan.

- Fungsi penanggungan risiko

Bertujuan untuk mempelajari segala bentuk resiko yang akan terjadi selama pengaliran barang dari produsen kekonsumen serta usaha untuk mengelak atau mengurangi kemungkinan kerugian yang disebabkan karena barang yang rusak, hilang, turunnya harga dan tingginya biaya.

- Fungsi pembiayaan

Mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dalam arus barang dari sektor produksi sampai ke sektor konsumsi.

- Fungsi informasi pasar

Mengetahui tindakan – tindakan yang berhubungan dengan fakta-fakta yang terjadi, penyampaian fakta, menafsirkan fakta dan mengambil kesimpulan akan fakta yang terjadi.

D. Lembaga dan Saluran Tataniaga

Menurut Hanafiah (1983 : 26), lembaga tataniaga adalah bagian-bagian yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi tataniaga dimana barang- barang bergerak dari pihak produsen sampai kepihak konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi tinggi rendahnya margin pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran maka akan semakin

banyak lembaga pemasaran yang terlibat dan mengambil keuntungan dari fungsi pemasaran yang dilakukan sehingga menyebabkan semakin tingginya margin pemasaran. Tinggi rendahnya margin pemasaran akhirnya dibebankan kepada konsumen akhir dengan eceran yang lebih tinggi atau kepada produsen dengan mengurangi harga jualnya.

Menurut Swastha (1979 : 32), secara luas terdapat dua golongan besar lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam saluran distribusi, yakni :

a. Pedagang perantara

Istilah pedagang digunakan untuk memberikan gambaran bahwa usahanya mempunyai hubungan yang erat dalam pemilikan barang. Mereka berhak memiliki barang-barang yang dipasarkan, meskipun pemilikannya tidak secara fisik. Pedagang dapat digolongkan menjadi tiga macam :

- Produsen, yang membuat sekaligus menyalurkan barang ke pasar.
- Pedagang Besar, yang menjual barang kepada pengusaha lain.
- Pengecer, yang menjual barang kepada konsumen akhir.

b. Perantara agen

Adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.

Secara garis besar, agen dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu :

- Agen penunjang, merupakan agen yang mengkhususkan kegiatannya dalam beberapa aspek pemindahan barang dan jasa. Agen penunjang dibagi menjadi empat kelompok, yaitu : (a) agen pengangkutan borongan (*bulk transportation agent*), (b) agen penyimpanan (*storage agent*), (c) agen pengangkutan khusus (*specialty agent*), (d) agen pembelian dan penjualan (*purchase and sales agent*).
- Agen pelengkap, berfungsi melaksanakan jasa-jasa tambahan dalam penyaluran barang dengan tujuan memperbaiki adanya kekurangan-kekurangan. Apabila pedagang atau lembaga lain tidak dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyaluran, maka agen

pelengkap dapat menggantikannya. Jasa-jasa yang dilakukan oleh agen pelengkap, antara lain : jasa bimbingan/konsultasi, jasa finansial, jasa informasi, dan jasa khusus lainnya.

Menurut Nasruddin (1999 : 24), saluran tataniaga adalah jalur yang dilalui komoditas dari titik produsen sampai titik konsumen akhir. Barang-barang tersebut sebelum diterima konsumen telah mengalami proses pengumpulan, proses penyeimbangan dan proses penyebaran. Saluran tataniaga dari suatu komoditi perlu diketahui untuk menentukan jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur yang dapat ditempuh. Penggerak proses ini adalah lembaga-lembaga tataniaga yang terdiri atas petani dan pedagang perantara.

Dengan mengikuti saluran tataniaga dapat diketahui : (a) jumlah produk yang dijual petani kepada tengkulak atau langsung ke konsumen akhir atau ke pedagang besar, (b) peranan dari pelaku tataniaga termasuk peranan petani, (c) tempat terjadinya informasi (Nasruddin, 1999 : 25).

Menurut Rahim dan Hastuti (2007: 114) panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung beberapa faktor :

- a. Jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya semakin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
- b. Cepat atau tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
- c. Skala produksi. Bila produksi berlangsung dengan ukuran yang kecil, maka jumlah yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual.

Menurut Soekartawi (2002 : 151), secara fisik penyaluran hasil produksi pertanian terdiri dari tiga cara :

- a. Jalur tataniaga langsung. Dalam jalur ini produsen berhadapan langsung dengan konsumen dan melakukan transaksi jual beli. Jalur tataniaganya sebagai berikut : Produsen → Konsumen Akhir
- b. Jalur tataniaga semi langsung. Dalam jalur ini sudah terlihat adanya pemahaman pedagang pengecer yang bertindak sebagai penghubung antara petani dengan konsumen. Jalur tataniaganya :
Produsen (Petani) → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir
- c. Jalur tataniaga tidak langsung. Pada jalur ini sudah banyak jenis pedagang perantara yang berperan, serta jangkauan pemasaran yang lebih luas. Jalur tataniaganya : Produsen (Petani) → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir

E. Biaya dan Margin Tataniaga

Biaya tataniaga adalah semua biaya yang dikeluarkan selama proses penyampaian barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Biaya tataniaga hasil pertanian mencakup jumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi pertanian dan jumlah pengeluaran oleh lembaga tataniaga (Hamid, 1994: 138).

Besar kecilnya biaya tataniaga tergantung dari : (a) banyaknya kegiatan pemasaran yang dilakukan, (b) banyaknya jumlah lembaga pemasaran yang ikut serta, (c) jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pergerakan barang tersebut, (d) cepat atau tidaknya produk itu rusak (Hamid, 1994 : 159).

Rendahnya biaya tataniaga suatu komoditi belum tentu mencerminkan efisiensi yang tinggi. Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan tataniaga adalah dengan membandingkan persentase atau bagian harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Tingkat efisiensi tataniaga juga dapat diukur melalui besarnya rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga. Rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga didefinisikan sebagai besarnya keuntungan yang diterima atas biaya tataniaga yang dikeluarkan. Semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan

terhadap biaya maka dari segi operasional sistem tataniaga akan semakin efisien.

Margin tataniaga adalah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani produsen. Didaerah produksi, terdapat perbedaan harga yang diterima petani produsen dengan harga yang diterima masing-masing lembaga tataniaga lainnya. Hal ini terjadi karena semua pedagang yang terlibat mengeluarkan biaya dan menarik keuntungan dalam proses pengaliran barang sampai dijual ke pedagang lainnya (Hamid, 1994: 139).

Menurut Rahim dan Hastuti (2007 : 137), tujuan dari analisis margin tataniaga adalah untuk mengukur (a) pangsa pasar yang diterima petani dari harga dibayarkan konsumen akhir, (b) biaya-biaya penyaluran komoditas yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga seperti biaya pengangkutan, penimbangan, penyimpanan dan pembersihan, (c) mengukur keuntungan lembaga tataniaga yang melaksanakan pemasaran komoditas pertanian sampai ke konsumen.

Perbedaan jarak dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Oleh karena produsen tidak dapat bekerja sendiri untuk memasarkan produknya sehingga memerlukan pihak lain atau lembaga pemasaran untuk membantu memasarkan hasil produksinya, misalnya pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya (Rahim dan Hastuti, 2007 : 121).

F. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga dapat didefinisikan sebagai peningkatan ratio input-output yang dapat dicapai dengan cara yaitu pertama, output tetap konstan sedangkan input mengecil; kedua, output meningkat sedangkan input konstan; ketiga, output meningkat dalam kadar yang lebih tinggi daripada peningkatan output; keempat, output menurun dalam kadar yang lebih rendah ketimbang penurunan input (Rahim dan Hastuti, 2007: 123).

Efisiensi tataniaga adalah selisih antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan (Soekartawi, 2002 : 157), dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi tataniaga

TB = Total biaya tataniaga

TNP = Total Nilai produk

Berdasarkan rumus tersebut, dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa hal tersebut menyebabkan adanya pemasaran yang tidak efisien. Begitu pula sebaliknya, kalau semakin kecil nilai produk yang dijual berarti terjadi pemasaran yang tidak efisien (Soekartawi, 1993 : 157).

Menurut Mubyarto (1989 : 166), menyatakan sistem tataniaga yang dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu :

- a. Mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
- b. Mampu mengadakan pembagian yang adil daripada keseluruhan harga yang harus dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Maksud adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa pada fungsi-fungsi tataniaga sesuai dengan sumbangan masing-masing lembaga yang terlibat.

G. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu terkait *Analisis Tataniaga Markisa Ungu di Kabupaten Karo (Studi Kasus Desa Seberaya, Kecamatan Tigapanah, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara)* menjelaskan bahwa Buah-buahan tropis merupakan komoditas pertanian yang potensial untuk dikembangkan. Pada tahun

2003 hingga tahun 2009 kebutuhan buah nasional secara rata-rata meningkat 6,5 persen per tahun (BPS 2010). Salah satu buah lokal yang diharapkan menjadi buah andalan adalah buah markisa. Jenis markisa yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia yaitu markisa ungu (*Passiflora edulis*) atau dikenal juga dengan nama markisa asam karena memiliki rasa asam dan manis dengan aroma yang khas.

Berdasarkan saluran penjualan dari tingkat petani hingga konsumen akhir dapat diketahui bahwa terdapat tujuh saluran pemasaran markisa ungu. Saluran tataniaga yang paling efisien secara relatif dibandingkan dengan saluran tataniaga yang lain dengan produk akhir sirup markisa adalah saluran tataniaga 1. Pada saluran tataniaga 1 nilai farmer's share 18,75 persen, margin tataniaga 81,25 persen, penerimaan bersih petani Rp 2.710/kg dan menampung 19,43 persen volume markisa yang dihasilkan petani dengan nilai penyebaran rasio keuntungan terhadap biaya relatif merata. Saluran tataniaga yang efisien secara relatif dengan produk akhir buah markisa adalah saluran tataniaga 5. Pada saluran tataniaga 5 nilai farmer's share 43,07 persen, margin tataniaga 56,93 persen, penerimaan bersih petani Rp 2.600/kg. Saluran tataniaga 7 dengan produk akhir jus markisa memiliki penerimaan bersih petani yang terbesar yaitu Rp 5.400/kg tetapi hanya dapat menampung 1,04 persen volume markisa yang dihasilkan oleh petani. Secara keseluruhan, saluran tataniaga 1 merupakan saluran tataniaga yang paling efisien secara relatif jika dibandingkan dengan saluran tataniaga lain.

Penelitian terdahulu tentang analisis pemasaran jeruk manis di Desa Beganding Kecamatan Simpang IV Kabupaten Karo yang dilakukan oleh Toruan (2007). Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat tiga macam saluran pemasaran di daerah penelitian ini yaitu saluran 1 : petani produsen – konsumen, saluran 2 : petani produsen – pedagang pengecer – konsumen, dan saluran 3 : petani produsen – pedagang pengumpul – konsumen dengan *share margin profit* produsen yang berbeda – beda, saluran 1 : 30,38%, saluran 2 : 9,12% dan saluran 3 : 13,79 %. Untuk tingkat efisiensi pemasaran jeruk manis ini, saluran yang paling efisien adalah saluran 1 dengan Ep 8,05%, kemudian saluran 2 dengan nilai Ep 10,75% dan terakhir saluran 3 dengan Ep 25,98%.

III. METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Solok merupakan kabupaten yang memiliki produksi tinggi serta status pengusahaan terluas (Lampiran 2). Penelitian ini telah dilaksanakan selama satu bulan terhitung setelah dikeluarkannya surat rekomendasi penelitian oleh Dekan Fakultas Pertanian Universitas Andalas yaitu mulai tanggal 3 Juni sampai 2 Juli 2014.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* yaitu penyelidikan yang dilakukan dalam waktu yang bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit, baik dengan sensus atau dengan menggunakan sampel, dimana penyelidikan tersebut diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, politik dari suatu kelompok ataupun daerah. (Nazir, 2003 : 57).

Metode survei dilakukan secara berantai dengan mengamati pola saluran tataniaga markisa mulai dari tingkat petani sampel sebagai produsen di Nagari Air Dingin hingga ke tingkat pedagang pengecer yang terlibat dalam proses tataniaga markisa sehingga didapatkan fakta-fakta dari gejala-gejala serta keterangan yang faktual untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian.

C. Metode Pengambilan Sampel

Untuk penelitian ini sampel yang akan digunakan terdiri dari :

1. Sampel Petani

Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Menurut Sugiyono (2009 : 85), *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah petani produsen markisa yang berada di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti. Jumlah populasi pada saat penelitian (bulan juni) adalah 62 orang, kriteria petani yang dijadikan sebagai sampel yaitu (1) Petani yang mengusahakan tanaman markisa secara monokultur, (2) Tanaman markisa berumur 4-6 tahun tanam, karena pada umur ini tanaman markisa berada pada masa produktif sehingga mampu memproduksi secara maksimal (Buharman, 2001 : 15). Berdasarkan kriteria tersebut, petani yang tersaring sebagai sampel adalah sebanyak 31 orang.

2. Sampel Pedagang

Sampel pedagang atau lembaga tataniaga selanjutnya digunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009 : 85). Pengambilan sampel pedagang diambil berdasarkan keterlibatannya terhadap saluran tataniaga buah markisa mulai dari petani sampai ke konsumen akhir. Sampel pedagang yang diambil adalah pedagang yang rutin melakukan kerjasama dengan petani sampel yaitu 2 orang pedagang pengumpul dan 18 orang pedagang pengecer untuk daerah di Kabupaten Solok dan sekitarnya. Karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka untuk pengambilan sampel pada pedagang, penulis membatasi hanya untuk pedagang yang berada di daerah kabupaten solok saja.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui studi lapangan yaitu dengan melakukan wawancara yang menggunakan panduan pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan sebelumnya dan pengamatan langsung dilapangan yang ditujukan kepada petani dan pedagang markisa. Dimana data yang diambil adalah data pada saat periode panen dibulan terakhir yang dekat dengan waktu penelitian. Adapun periode data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Juni 2014.

Data sekunder diperoleh dari literatur yang berasal dari lembaga atau instansi yang terkait. Data ini diperoleh dari : Badan Pusat Statistik (BPS)

Sumbar, Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok, Dinas Pertanian Kabupaten Solok, UPTD Kecamatan Lembah Gumanti, dan Kantor Camat Lembah Gumanti.

Serta literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data primer yang dikumpulkan meliputi :

1. Data dari petani sampel
 - a. Identitas petani sampel meliputi : nama, umur, pendidikan, jenis kelamin, mata pencaharian pokok, mata pencaharian sampingan, jumlah tanggungan dan pengalaman berusahatani markisa.
 - b. Informasi pemasaran meliputi : tempat penjualan, kepada siapa dijual, jarak tempat menjual, periode penjualan, volume penjualan, sistem penetapan harga jual, biaya yang dikeluarkan untuk penjualan, sistem pembayaran, harga jual, cara penjualan, dan alasan petani menjual markisa ke pedagang bersangkutan.

Periode pengumpulan data dimulai sejak bulan Juni 2014.

- c. Informasi yang berhubungan dengan fungsi tataniaga meliputi : fungsi pertukaran (fungsi pembelian dan penjualan), fungsi fisik (fungsi penyimpanan, pengangkutan, dan pengolahan), dan fungsi fasilitas (standarisasi dan grading, penanggungan risiko, pembiayaan, serta informasi pasar).

2. Data dari pedagang sampel

- a. Identitas pedagang meliputi : nama, umur, pendidikan, jenis kelamin, statusnya dalam saluran distribusi, pengalaman berdagang, pekerjaan pedagang (utama atau sampingan), sarana dan prasarana yang dimiliki, alasan melakukan pembelian atau penjualan dengan lembaga niaga terkait.
- b. Informasi mengenai kegiatan perdagangan atau pemasaran markisa yang dilakukan pedagang meliputi : Fungsi pertukaran, meliputi kegiatan pembelian (sumber pembelian, volume pembelian, periode pembelian, tempat pembelian, sistem pembelian atau penetapan harga, sistem pembayaran, satuan harga dan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses pembelian), kegiatan penjualan (lokasi penjualan, volume penjualan, periode penjualan, penetapan harga jual, sistem penjualan, pengaruh

kualitas markisa terhadap harga penjualan, biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan, daerah tujuan penjualan).

Fungsi fisik, meliputi : kegiatan pengangkutan (alat angkut yang digunakan, jenis, sistem pembayaran, kapasitas, kerusakan yang dialami selama proses pengangkutan, biaya yang dikeluarkan selama pengangkutan), kegiatan bongkar muat (tenaga kerja yang digunakan untuk bongkar muat dan biaya yang dikeluarkan).

Fungsi fasilitas, meliputi kegiatan sortasi dan grading, informasi pasar, penanggulangan risiko, dan pembiayaan.

Untuk data sekunder data yang dikumpulkan meliputi :

- a. Keadaan umum daerah penelitian, yang meliputi jarak, luas dan pembagian wilayah administrasi, iklim dan sebagainya.
- b. Lembaga sosial dan ekonomi yang ada didaerah penelitian meliputi penduduk, tenaga kerja, fasilitas pelayanan, sarana dan prasarana penunjang.

E. Variabel yang diamati

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang diamati dalam penelitian:

- a. Saluran tataniaga adalah jalur yang dilalui komoditas dari titik produsen sampai ke konsumen akhir (Nasruddin, 1999 : 24).
- b. Lembaga tataniaga adalah bagian-bagian yang menyelenggarakan kegiatan tataniaga. Lembaga tataniaga meliputi petani/produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer (Hanafiah, 1983: 26).
- c. Fungsi-fungsi tataniaga adalah kegiatan/tindakan untuk menyampaikan dan melancarkan barang dari produsen ke konsumen. Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga tataniaga meliputi Fungsi Pertukaran (fungsi pembelian dan penjualan), fungsi fisik (fungsi penyimpanan, pengangkutan, dan pengolahan), fungsi fasilitas (fungsi standarisasi dan *grading*, penanggungan risiko, pembiayaan dan informasi pasar) (Hamid, 1994 : 88).
- d. Margin tataniaga adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen (Hamid, 1994 : 139).
- e. Efisiensi tataniaga adalah ratio yang mengukur output/produksi komoditas tataniaga suatu proses untuk setiap unit masukan dengan membandingkan

input/sumberdaya yang digunakan untuk output yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007 : 123).

Untuk menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima petani dan efisiensi saluran tataniaga variabel yang diamati adalah :

- a. Harga penjualan pada setiap lembaga tataniaga ($H_n = \text{Rp/kg}$)
- b. Seluruh biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga mulai dari produsen ke konsumen akhir ($C_n = \text{Rp/kg}$). Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya pembelian dan penjualan, biaya pengangkutan, biaya bongkar muat, biaya pengemasan, biaya penyusutan alat-alat.
- c. Keuntungan yang diambil oleh setiap lembaga tataniaga ($\pi_n = \text{Rp/kg}$).

F. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjawab tujuan pertama digunakan analisis deskriptif.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan saluran tataniaga, lembaga-lembaga dan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam tataniaga markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti.

2. Untuk menjawab tujuan kedua digunakan analisis kuantitatif.

- a. Margin Tataniaga

Margin tataniaga adalah selisih antara harga yang diterima oleh petani produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Hamid, 1994 : 139).

Secara sistematis margin tataniaga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = H_e - H_p$$

Dimana :

M = Margin tataniaga (Rp/Kg)

H_e = Harga eceran (Rp/Kg)

H_p = Harga petani produsen (Rp/Kg)

(Hamid, 1994 : 142)

Dalam proses penyaluran Markisa sampai ke pedagang akhir, para lembaga tataniaga tersebut juga mengambil keuntungan sebagai balas jasa maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\Pi = M - B$$

Dimana :

M = Margin tataniaga (Rp/Kg)

B = Biaya tataniaga (Rp/Kg)

Π = Keuntungan yang diambil oleh lembaga tataniaga yang terlibat (Rp/Kg)

(Hamid, 1994 :143)

b. Bagian yang diterima petani

Besarnya bagian yang diterima petani dari harga yang dibayarkan konsumen akhir dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Lp = \frac{Hp}{He} \times 100\%$$

Dimana :

Lp = Bagian (%) dari harga yang diterima petani

Hp = Harga jual ditingkat petani (Rp/Kg)

He = Harga jual ditingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

(Hamid, 1994 : 143)

c. Efisiensi tataniaga

Efisiensi tataniaga adalah selisih antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Efisiensi tataniaga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$EP = (TB/TNP) \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi tataniaga

TB = Total biaya tataniaga

TNP= Total Nilai produk

(Soekartawi, 2002 : 157)

Berdasarkan rumus tersebut, dapat diartikan bahwa saluran tataniaga yang paling efisien adalah saluran yang memiliki nilai tataniaga yang

paling kecil, karena semakin kecil nilai efisiensi tataniaga, maka semakin efisien saluran tataniaganya dan sebaliknya.

d. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan merupakan biaya tetap yang dikenakan untuk tujuan perhitungan nilai usahatani yang ditanamkan. Perhitungan biaya penyusutan ini menggunakan metode garis lurus, yaitu besarnya biaya penyusutan pertahun adalah tetap. Asumsi yang digunakan adalah bahwa umur ekonomis alat-alat pertanian tersebut 5 tahun dan nilai investasi pada akhir umur ekonomis tidak bersisa (sama dengan nol), sehingga rumus perhitungan untuk biaya penyusutan per tahun adalah :

$$\text{Penyusutan (Rp/tahun)} = \frac{\text{Nilai Investasi} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

(Suratiah, 2009: 58)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

1. Letak dan Kondisi Geografis

Kecamatan Lembah Gumanti merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Solok yang terkenal dengan pertanian hortikultura dan wisata alamnya. Kecamatan Lembah Gumanti juga berada diperlintasan jalan lintas Padang-Solok Selatan.

Secara geografis letak kecamatan Lembah Gumanti berada antara 010 57'18" dan 010 13' 32" Lintang Selatan dan 100 44' 48" dan 100 55' 45" Bujur Timur. Batas daerah administrasi Kecamatan Lembah Gumanti adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kecamatan Payung Sekaki
Sebelah Selatan : Kecamatan Pantai Cermin
Sebelah Barat : Kecamatan Hiliran Gumanti
Sebelah Timur : Kecamatan Danau Kembar

Luas keseluruhan wilayah kecamatan Lembah Gumanti 459,72 km² dan merupakan 7,60 persen dari luas Kabupaten Solok secara keseluruhan. Kecamatan Lembah Gumanti terdiri dari 4 nagari yakni nagari Air Dingin, nagari Alahan Panjang, nagari Sungai Nanam, dan nagari Salimpek. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Luas Daerah Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti

Nama Nagari	Luas Daerah (km ²)
Air Dingin	126.39
Salimpek	83.03
Alahan Panjang	88.76
Sungai Nanam	161.54
Jumlah	459.72

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok (2012)

Jumlah penduduk di Kecamatan Lembah Gumanti pada tahun 2012 tercatat 122,08/km² jiwa. Sedangkan angkatan kerja yang bekerja di Kecamatan

Lembah Gumanti sebanyak 26.142 orang. Mayoritas lapangan pekerjaan masyarakat di Kecamatan Lembah Gumanti juga masih bergantung pada sektor pertanian yaitu sebanyak 20.272 orang atau sekitar 77,55 persen. Pertanian merupakan pekerjaan utama penduduk Lembah Gumanti dan Pertanian hortikultura merupakan lapangan pekerjaan yang paling banyak menyerap tenaga kerja yaitu sebanyak 18.320 atau sekitar 90,37 persen.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
Pertanian padi	767	913	1.680
Hortikultura	10.383	7.937	18.320
Perkebunan	36	34	70
Perikanan	41	4	45
Peternakan	78	66	144
Kehutanan	8	5	13
Penambangan	166	8	194
Industri	29	44	73
Listrik & Gas	8		8
Konstruksi	358	15	373
Perdagangan	1.418	893	2.411
Hotel	10	31	41
Transportasi	821	3	824
Informasi dan Komunikasi	44	10	54
Kuangan dan Asuransi	8	2	10
Jasa pendidikan	195	686	881
Jasa Kesehatan	13	78	91
Jasa Kemasyarakatan	456	207	663
Lainnya	163	84	247
Jumlah	15.022	11.120	26.142

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok (2012)

Secara umum daerah penelitian merupakan perbukitan. Sebagian besar usahatani markisa yang dilakukan penduduk dilakukan diperbukitan, namun bukan berarti tidak ada petani yang melakukan usahatannya di daerah daratan. Curah hujan rata-rata di Kecamatan Lembah Gumanti adalah 2.634 mm/bulan dengan ketinggian antara 1.382- 1.458 meter diatas permukaan laut. Melihat topografi dan iklim daerah ini memungkinkan untuk pengembangan markisa, karena memiliki kesesuaian untuk syarat tumbuh tanaman markisa ini adalah berada pada ketinggian 5.00-1.500 meter dari permukaan laut.

Dari hasil survei tentang produksi buah-buahan di Kabupaten Solok (2012) terdapat juga beberapa jenis buah-buahan lainnya yang dihasilkan yaitu

Alpoket, Jeruk, Pisang. Pada tabel 3 dapat dilihat produksi buah-buahan per jenis tanaman tahun 2012.

Tabel 3. Produksi Buah-buahan Menurut Jenis Tanaman Tahun 2012

Jenis Tanaman	Jumlah Tanaman (Ha)	Produksi (Ton)
Alpoket	18.269	23.221
Jeruk	3.960	483,10
Pisang	2.625	92,40
Markisa	859.806	97.497,2

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Solok (2012)

Dari komoditi di atas hanya markisa yang ada dibudidayakan secara khusus untuk tujuan penjualan/komersil.

B. Identitas Petani Sampel dan Pedagang Sampel

1. Identitas Petani Sampel

Ada beberapa hal yang mempengaruhi kegiatan petani dalam mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan tataniaga yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan status kepemilikan lahan. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi kualitas dari usahatani yang dijalankan, karena petani tidak hanya sebagai pekerja namun juga berperan sebagai manajer yang berfungsi dalam mengambil keputusan. Untuk lebih jelas gambaran tentang petani sampel lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Identitas Petani Sampel Markisa di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Umur Petani (Tahun)		
a.	< 15	-	-
b.	15 – 55	19	61,29
c.	> 55	12	38,71
2.	Tingkat Pendidikan		
a.	SD	15	48,38
b.	SMP	9	29,03
c.	SMA	7	22,58
d.	Sarjana	-	-
3.	Pengalaman Berusahatani (Tahun)		
a.	< 5	9	29,03
b.	6 – 10	10	32,25
c.	> 11	12	38,71
4.	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)		
a.	< 5	21	67,74
b.	> 5	10	32,25
5.	Status Kepemilikan Lahan		
a.	Milik sendiri	31	100
b.	Sewa	-	-

Petani sampel dalam penelitian ini terdiri dari 31 orang petani sampel (Lampiran 4). Dari hasil penelitian didapatkan bahwa dari segi umur, sekitar 61,29% atau sebanyak 19 orang petani sampel tergolong angkatan kerja yang masih produktif dan 38,71% atau 12 orang petani sampel berumur di atas 55 tahun (Tabel 4). Menurut Soekartawi (1993) umur petani akan mempengaruhi cara berfikir dan produktivitas petani karena pada umumnya petani yang muda memiliki kemampuan dan fisik yang lebih kuat dibandingkan dengan petani yang berusia tidak produktif. Selain umur, tingkat pendidikan petani sampel juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi aktivitas petani markisa dalam usahatannya. Dari tabel dapat dilihat bahwa petani sampel mayoritas tergolong angkatan kerja yang masih produktif. Dengan hal ini, maka petani di Nagari Air Dingin mempunyai kemampuan untuk meningkatkan produksi markisa dan mengolah usahatannya.

Berdasarkan tingkat pendidikan, petani lebih banyak berpendidikan SD (48,38%) dibandingkan dengan yang berpendidikan SMP sederajat (29,03%) dan yang berpendidikan SMA (22,58%). Menurut Soekartawi (1993) petani dengan

tingkat pendidikan yang lebih baik akan lebih mudah menerima inovasi dibandingkan dengan petani yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah. Pendidikan petani di Nagari Air Dingin masih relatif rendah sehingga berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan dan cara berfikirnya dalam mengambil keputusan guna meningkatkan pendapatan mereka.

Pengalaman petani dalam berusahatani dapat menjadi indikator tingkat keberhasilan usahatani yang dilakukan oleh petani sampel. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pengalaman petani dalam berusahatani terbesar adalah lebih dari 10 tahun sebanyak 12 orang (38,71%), kemudian diikuti dengan pengalaman berusahatani yang berkisar antara 6-10 tahun sebanyak 10 orang (32,25%) dan sisanya kurang dari 5 tahun sebanyak 9 orang (29,03%). Lama atau tidaknya pengalaman berusahatani dapat mempengaruhi kemampuan petani dalam mengolah, merawat, serta memasarkan hasil produksinya. Ini artinya, petani sampel di Nagari Air Dingin dari segi pengalaman sudah cukup lama sehingga dalam mengelola usahatannya sudah lebih baik.

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi kemampuan petani dalam melakukan kegiatan tataniaga. Besarnya jumlah tanggungan keluarga akan membuat petani lebih giat dalam mengelola usahatannya dan memasarkan hasil pertaniannya guna memenuhi kebutuhan anggota keluarga. Dari tabel dapat dilihat petani sampel lebih banyak memiliki jumlah tanggungan keluarga kurang dari 5 orang yaitu 21 orang (67,74%) dan sisanya jumlah tanggungan keluarga lebih dari 5 orang yaitu 10 orang (32,25%). Di Nagari Air Dingin, sebagian besar petani melibatkan anggota keluarganya sebagai tenaga kerja dalam berusahatani, namun tidak semua anggota keluarga juga yang ikut dalam usahatani markisa ini. Dari data yang didapat terlihat bahwa rata-rata petani sampel tidak memiliki banyak jumlah anggota keluarga, sehingga petani agak kesulitan dalam mengelola usahanya karena tenaga kerja yang minim.

2. Identitas Pedagang Sampel

Pedagang sampel dalam tataniaga markisa di Nagari Air Dingin berjumlah 2 orang untuk pedagang pengumpul dan 18 orang pedagang pengecer. Pedagang

sampel didapat secara berantai dari petani sampel ke pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer.

Tabel 5. Karakteristik Pedagang Sampel Markisa di Nagari Air Dingin

Karakteristik	Pedagang			
	Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
	Orang	%	Orang	%
Umur pedagang				
a. < 40	1	50	3	16,67
b. > 40	1	50	15	83,33
Pendidikan				
a. SD	-	-	8	44,44
b. SMP	-	-	7	38,89
c. SMA	1	50	3	16,67
d. Sarjana (S1)	1	50	-	-
Pengalaman				
a. < 5	-	-	-	-
b. > 5	2	100	18	100

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pada pedagang pengumpul sebanyak 1 orang (50%) berumur >40 tahun dan 50% lagi berumur <40 tahun sedangkan pada pedagang pengecer sebanyak 3 orang (16,67%) berumur <40 tahun dan 15 orang lainnya berumur >40 tahun (83,33%). Artinya, rata-rata pedagang sampel di Nagari ini masih dalam usia produktif.

Pendidikan merupakan faktor penting dalam melihat kemampuan pedagang dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Dilihat dari tingkat pendidikan pedagang adalah sebanyak 1 orang (50%) pedagang pengumpul yang memiliki pendidikan tingkat SMA dan 1 orang lainnya (50%) berpendidikan tingkat Sarjana, sedangkan 8 orang (44,44%) pedagang pengecer yang memiliki pendidikan tingkat SD, 7 orang (38,89%) pedagang pengecer yang berpendidikan tingkat SMP, serta 3 orang (16,67%) pedagang pengecer yang berpendidikan tingkat SMA. Dari segi pendidikan pedagang sampel di Nagari ini sudah lebih baik sehingga dalam memasarkan dan mengembangkan usahanya pedagang sudah lebih terampil karna sudah menguasai pasar.

Masing-masing dari setiap lembaga tataniaga ini memiliki berbagai karakter yang sangat berpengaruh terhadap kinerja. Dalam menjalankan suatu usaha, pengalaman kerja sangat dibutuhkan karena dengan pengalaman seseorang yang menjalankan suatu usaha dapat dengan cepat mengidentifikasi segala kemungkinan yang ada, baik peluang maupun risiko yang akan dihadapi. Dilihat

dari Tabel 5, pengalaman berdagang untuk pedagang pengumpul sebanyak 2 orang (100%) dan pedagang pengecer sebanyak 18 orang (100%) adalah > 5 tahun.

Perbandingan dari jumlah petani dan pedagang markisa yang secara langsung terlibat dengan petani dapat dikelompokkan pada pasar oligopsoni. Dimana pasar yang terdapat beberapa pembeli tetapi produsen (petani) banyak sehingga keadaan tersebut mengakibatkan bahwa pedagang (pembeli markisa) menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tetap atas markisa di Nagari Air Dingin. Hal ini disebabkan karena sebagian besar usahatani markisa dilakukan oleh petani di daerah diperbukitan. Selain itu, tempat produksi juga jauh dari pusat pasar. Dengan kondisi topografi tersebut, sulit bagi petani untuk dapat memasarkan produknya dan sebagai alternatifnya petani menjual markisanya ke beberapa pedagang yang memasok dari petani.

C. Tataniaga Markisa

1. Saluran Tataniaga Markisa

Saluran tataniaga markisa di Nagari Air Dingin dilakukan dengan menelusuri kegiatan tataniaga mulai dari tingkat petani produsen sampai ke tingkat konsumen. Dari hasil penelitian diketahui kegiatan tataniaga markisa melibatkan beberapa pelaku/lembaga tataniaga. Lembaga tataniaga yang terlibat adalah petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Solok. Karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka untuk lembaga tataniaga yang terlibat dalam kegiatan tataniaga, penulis membatasi hanya untuk pedagang yang berada di daerah kabupaten solok saja .

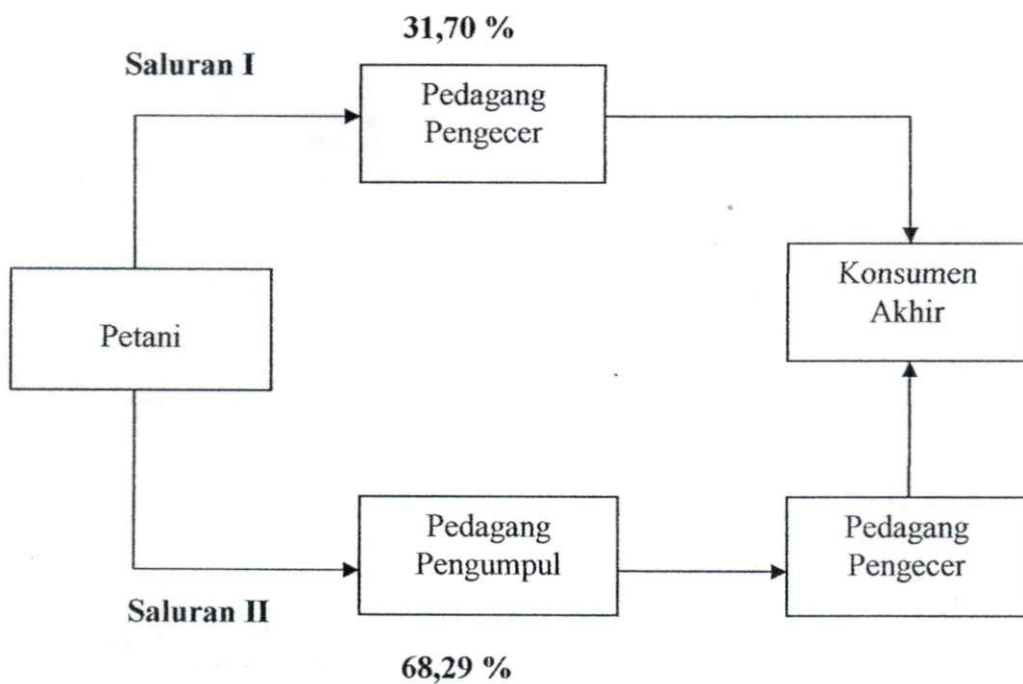
Adapun pola saluran tataniaga markisa yang terbentuk adalah sebagai berikut:

- | | |
|--------------|---|
| Pola saluran | 1 : Petani → pedagang pengecer → konsumen akhir |
| Pola Saluran | 2 : Petani → pedagang pengumpul nagari → Pedagang Pengecer → konsumen akhir |

Tabel 6. Jumlah Petani dan Penjualan Markisa Pada Setiap Pola Saluran Tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin

Karakteristik	Pola saluran I		Pola Saluran II	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Petani	4 orang	0,09	27 orang	0,65
Markisa	1300 kg	31,70	2800 kg	68,29

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa persentase volume penjualan markisa di Nagari Air Dingin adalah 4.100 kg (100%) dari 31 orang petani sampel. Dimana, jumlah markisa yang dijual dari petani ke pedagang pengecer sebesar 1300 kg (31,70%), sedangkan jumlah markisa yang dijual petani melalui pedagang pengumpul sebesar 2.800 kg (68,29%). Untuk pola saluran tataniaga dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin, Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

a. Pola Saluran I

Berdasarkan hasil penelitian lapangan didapatkan bahwa pada saluran I ini, petani menggunakan saluran tataniaga semi langsung yaitu petani menjual hasil produksinya ke konsumen akhir melalui pedagang pengecer. Petani yang melakukan tataniaga markisa melalui pola saluran I adalah 4 orang (0,09%) dengan total markisa 1300 kg (31,70%). Transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengecer dan petani adalah dua minggu sekali. Biasanya pedagang pengecer ini yang langsung menjemput/mencari markisa yang siap untuk dijual. Untuk pengangkutan markisa dari lokasi pembelian, pedagang pengecer menggunakan jasa angkut motor hingga sampai ke lokasi penjualannya. Dalam hal penetapan harga, petani yang menentukan karena petani sebagai produsen. Harga yang diterima petani adalah Rp 7.500/kg. Sistem pembayaran yang dilakukan dalam pola saluran ini adalah dilakukan secara tunai oleh pedagang pengecer.

Berdasarkan penelitian, markisa yang didapatkan oleh pedagang pengecer dari petani kemudian dijual ke konsumen akhir. Biasanya pedagang pengecer ini menjual markisanya disepanjang jalan lintas sumatera (Lubuk Selasih dan sekitarnya). Harga markisa dari pedagang pengecer ke konsumen akhir adalah Rp 15.000/kg. Konsumen akhir pada saluran tataniaga ini adalah konsumen perorangan dan para wisatawan yang mengunjungi beberapa objek wisata di daerah setempat yang ingin menjadikan markisa sebagai oleh-oleh.

b. Pola Saluran II

Pada Saluran II ini petani menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul kemudian dijual lagi ke pedagang pengecer. Sebanyak 27 orang petani menjual markisanya ke pedagang pengumpul nagari (2 orang), dimana pedagang pengumpul tersebut mempunyai daerah pemasaran yang berbeda-beda yaitu daerah – daerah yang ada di Kabupaten Solok, Lubuk Selasih (Sepanjang Jalan Lintas Sumatera), Tabek Panjang, dan Pasar Usang. Pedagang pengecer yang terlibat dalam saluran ini berjumlah 12 orang.

Transaksi penjualan markisa yang dilakukan oleh petani ke pedagang pengumpul biasanya dilakukan di tempat petani. Biasanya pedagang pengumpul menemui petani untuk membeli markisa. Transaksi ini dilakukan sekali seminggu

oleh petani. Dalam hal penetapan harga, pedagang pengumpul yang menentukan karena pedagang pengumpul lebih mengetahui informasi pasar. Alasan petani menjual markisa langsung ke pedagang pengumpul karena jarak lokasi pemasaran dari tempat produksi markisa yang cukup jauh, selain itu petani sudah berlangganan. Pedagang pengumpul mengambil markisa dari petani dalam jumlah besar, dalam artian berapapun markisa yang diproduksi petani akan dibeli oleh pedagang pengumpul. Sistem pembayaran yang dilakukan dalam pola saluran ini adalah dilakukan secara tunai oleh pedagang pengumpul. Harga yang diterima oleh petani dari pola saluran ini adalah Rp 6.500/kg.

Dalam hal penentuan harga markisa ke pedagang pengecer, pedagang pengumpul yang menentukannya. Harga markisa ke pedagang pengecer adalah Rp 8.000/kg. Untuk penjualan markisa ke pedagang pengecer, pedagang pengecer tersebut yang menjemput markisa ke lokasi pedagang pengumpul. Markisa dijemput oleh pedagang pengecer ke tempat pedagang pengumpul dengan menggunakan alat angkut kendaraan roda dua (motor). Total pembelian markisa oleh pedagang pengecer pada pola saluran ini adalah 2800 kg. Hubungan antar pedagang ini terjalin karena adanya kerjasama dan saling percaya satu sama lain. Setelah markisa sampai ke pedagang pengecer, barulah pedagang pengecer menjual markisa ke konsumen akhir.

2. Fungsi – Fungsi Lembaga Tataniaga

Fungsi–fungsi tataniaga terdiri dari tiga fungsi pokok yaitu: fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran adalah kegiatan untuk memperlancar jalannya pemindahan hak milik dari komoditas yang dipasarkan. Fungsi fisik adalah kegiatan yang berhubungan dengan kegunaan bentuk, tempat dan waktu, dan fungsi fasilitas adalah semua tindakan yang memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Adapun fungsi tataniaga yang dijalankan oleh masing-masing lembaga tataniaga pada tataniaga buah markisa dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Oleh Lembaga-Lembaga Tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin

Fungsi-Fungsi Tataniaga	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
	Sal I	Sal II	Sal I	Sal II	Sal I	Sal II
Pertukaran						
- Penjualan	v	v	-	v	v	v
- Pembelian	-	-	-	v	v	v
Fisik						
- Pengangkutan	v	v	-	v	v	v
- Penyimpanan	v	v	-	v	v	v
Fasilitas						
- Sortasi	v	-	-	v	v	v
- Penanggungan Risiko	v	-	-	v	v	v
- Pembiayaan	v	v	-	v	v	v
- Informasi Pasar	-	-	-	v	v	-

Ket : v = melakukan fungsi tataniaga

- = tidak melakukan fungsi tataniaga

a. Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Petani

Fungsi – fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani markisa yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Pada pola saluran I, fungsi yang dilakukan petani adalah fungsi pertukaran berupa fungsi penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan dan penyimpanan serta fungsi fasilitas berupa sortasi, modal dan penanggungan resiko. Fungsi pertukaran yang dilakukan petani berupa kegiatan penjualan. Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh petani adalah menjual markisanya kepada pedagang pengecer yang datang langsung kerumah petani. Pedagang pengecer biasanya datang ke rumah petani yang telah dihubungi dengan via telepon sebelumnya, pada pagi atau sore hari.

Fungsi fisik yang dilakukan petani pada saluran I adalah pengangkutan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan dan penyimpanan yang dilakukan petani

yaitu mengangkut markisa dari ladang menuju rumah menggunakan motor dengan biaya bensin Rp 6.500/liter atau dengan menggunakan gerobak, sebelum dibeli oleh pengecer yang telah berlangganan dengan petani tersebut. Sedangkan fungsi penyimpanan yang dilakukan oleh petani adalah menyimpan markisa didalam karung sebelum dijual kepada pedagang pengecer.

Fungsi fasilitas yang dilakukan petani adalah sortasi, modal dan penanggungan resiko. Fungsi sortasi yang dilakukan petani terhadap markisa adalah petani hanya memisahkan buah markisa yang busuk dengan yang tidak. Modal yang digunakan petani dalam kegiatan tataniaga ini merupakan modal pribadi masing – masing petani. Sedangkan untuk penanggungan resiko yang dilakukan oleh petani adalah menanggung resiko buah busuk apabila tidak laku terjual serta buah yang rusak akibat proses pengangkutan dari ladang ke rumah petani. Penjualan markisa ke pedagang pengecer biasanya dilakukan dua minggu sekali.

Pada pola saluran II, fungsi yang dilakukan petani adalah fungsi pertukaran berupa fungsi penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, penyimpanan, dan pengemasan serta fungsi fasilitas berupa modal. Fungsi pertukaran yang dilakukan petani berupa kegiatan penjualan. Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh petani adalah menjual markisa ke pedagang pengumpul. Dalam melakukan penjualan ke pedagang pengumpul, pedagang pengumpul yang biasanya menjemput ke rumah petani, sementara untuk biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengumpul. Sesampainya ditempat, markisa langsung dimasukkan kedalam gudang sekaligus dipindahkan ke dalam karton/kardus yang telah disediakan pedagang pengumpul di gudangnya. Penjualan markisa ke pedagang pengumpul biasanya dilakukan seminggu sekali.

Fungsi fisik yang dilakukan petani pada saluran II adalah pengangkutan, penyimpanan dan pengemasan. Fungsi pengangkutan yang dilakukan petani yaitu mengangkut markisa dari ladang menuju rumah sebelum dijual keesokan harinya. Dalam pengangkutan, petani menggunakan kendaraan roda dua dengan harga bensin sekitar Rp 6.500/liter. Pengemasan yang dilakukan petani yaitu memasukkan markisa ke dalam karung sebelum menjualnya ke pedagang

pengumpul. Hal ini dilakukan agar mempermudah petani dalam proses pengangkutan ke pedagang pengumpul. Biasanya dalam 1 karung isinya 50 Kg.

Fungsi fasilitas yang dilakukan petani adalah modal. Modal yang digunakan petani dalam kegiatan tataniaga ini merupakan modal pribadi.

b. Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul markisa adalah pedagang yang berada pada daerah sentra produksi markisa yakni Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti. Jumlah pedagang pengumpul di Nagari Air Dingin ini adalah 2 orang. Pedagang pengumpul ini bertempat tinggal di Nagari Air Dingin.

Fungsi – fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengumpul pada Saluran II yaitu fungsi pertukaran seperti fungsi penjualan dan pembelian, fungsi fisik seperti fungsi pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan serta fungsi fasilitas seperti fungsi penanggungan risiko, fungsi biaya (modal) dan fungsi informasi pasar. Fungsi pertukaran berupa fungsi penjualan dan fungsi pembelian yaitu mengalihkan barang kepada pembeli. Fungsi pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul adalah membeli buah markisa dari petani. Sedangkan fungsi penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul adalah menjual buah markisa yang telah dibeli dari petani ke pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Solok. Pedagang Pengumpul menjual markisanya ke pedagang pengecer dua minggu sekali sebanyak 2.800 kg dengan harga Rp 8.000/kg.

Pedagang pengumpul saluran II juga melakukan fungsi fisik berupa fungsi pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan yaitu dengan mengadakan alat transportasi berupa mobil *pick-up*, untuk membawa markisa yang telah dibeli dari petani ke gudang pedagang pengumpul. Biaya – biaya pengangkutan markisa ditanggung sendiri oleh pedagang pengumpul. Tujuan dari fungsi pengangkutan ini untuk mempercepat proses pendistribusian markisa ke pasar – pasar yang dituju. Sedangkan fungsi penyimpanan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul pada saluran II adalah menampung atau menyimpan markisa sebelum dipasarkan digudang penyimpanan. Gudang pedagang pengumpul mempunyai ukuran yang berbeda-beda. Gudang pedagang pengumpul terletak disamping rumah pedagang pengumpul.

Fungsi fasilitas juga dilakukan oleh pedagang pengumpul saluran II seperti fungsi penanggungan risiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Fungsi penanggungan risiko yang dilakukan oleh pedagang pengumpul seperti menanggung risiko kerusakan buah markisa pada saat pengangkutan. Untuk fungsi modal yang dilakukan pedagang pengumpul terkait dengan penyediaan biaya modal untuk membeli buah markisa. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul seperti biaya transportasi, tenaga kerja, dan pembelian karton/dus. Fungsi informasi pasar yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu menentukan harga markisa yang berlaku dipasaran, informasi tersebut diperoleh dari pedagang – pedagang lain.

c. Fungsi Tataniaga yang Dilakukan Pedagang Pengecer

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang pengecer pada saluran I dan II yang ada di Lubuk Selasih (sekitar jalan lintas Sumatera) dan sekitarnya adalah fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan dan penyimpanan), dan fungsi fasilitas (sortasi, penanggungan risiko, pembiayaan dan informasi pasar).

Fungsi pembelian pada pola saluran I adalah pedagang pengecer membeli markisa langsung ke petani sampel dengan harga Rp 7.500/kg. Fungsi penjualan yang dilakukan pedagang pengecer adalah menjual markisa ke konsumen akhir dengan harga Rp 10.000- Rp 15.000/kg. Pada saluran II, pedagang pengecer membeli markisa dari pedagang pengumpul dengan harga Rp 8.000/kg. Selain menjual markisa terdapat juga buah-buahan lain yang dijual oleh pedagang pengecer seperti alpokat, sirsak, labu, dan saos. Penjualan dilakukan di pinggir jalan (disekitar jalan lintas sumatera) dengan menyewa kios di pinggir jalan dan dipasar-pasar tradisional seperti Pasar Usang, Tabek Panjang. Fungsi fisik yang dilakukan pedagang pengecer adalah fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan. Fungsi pengangkutan yang dilakukan pedagang pengecer adalah menyediakan biaya untuk transportasi dalam pengangkutan markisa dari tempat petani ke tempat pedagang pengecer. Fungsi penyimpanan adalah menyimpan buah markisa yang tidak habis terjual sehingga dapat dijual keesokan harinya.

Pedagang pengecer juga melakukan fungsi fasilitas seperti fungsi sortasi, fungsi penanggungan risiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Fungsi sortasi ini dilakukan oleh petani yaitu pada saat pedagang pengecer membeli markisa ke petani. Sortir yang dilakukan hanya berupa pengelompokkan buah markisa berdasarkan bentuk buah yaitu busuk atau tidaknya. Fungsi penanggungan risiko yang dilakukan oleh pedagang pengecer seperti kerusakan markisa pada saat proses pengangkutan markisa dari petani hingga ketangan pedagang pengecer serta busuknya buah sebelum buah tersebut laku terjual. Untuk fungsi pembiayaan, terkait dengan penyediaan biaya modal untuk membeli buah markisa dari petani. Biaya – biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah biaya transportasi, penyusutan alat, sewa kios, dll. Sedangkan fungsi informasi pasar adalah pedagang pengecer mencari informasi mengenai harga markisa yang diperoleh dari pedagang – pedagang lainnya.

a. Biaya Tataniaga, Margin Tataniaga, Bagian yang Diterima Petani dan Efisiensi Tataniaga Markisa

1. Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga adalah semua biaya yang dikeluarkan selama proses penyampaian barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Biaya tataniaga hasil pertanian mencakup jumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi pertanian dan jumlah pengeluaran oleh lembaga tataniaga. Harga beli markisa oleh konsumen yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang harus dikeluarkan mulai dari proses pembelian dari petani markisa sampai kepihak yang menerimanya ditambah dengan keuntungan lembaga tataniaga yang dilalui dalam tataniaga markisa.

Biaya tataniaga pada pedagang adalah penjumlahan dari biaya tataniaga/kg yang dikeluarkan pedagang baik itu biaya yang dibayarkan/kg atau biaya yang diperhitungkan/kg. Biaya yang dibayarkan/kg adalah biaya yang dibayarkan pembelian/penjualan per periode dibagi dengan jumlah barang yang dijual. Biaya yang dibayarkan oleh pedagang seperti biaya transportasi, biaya angkut, sewa kios, biaya pengemasan, upah tenaga kerja. Sedangkan biaya yang diperhitungkan

adalah biaya penyusutan peralatan. Biaya, harga, penerimaan dan keuntungan yang dihitung pada penelitian ini merupakan biaya, harga, penerimaan dan keuntungan rata – rata dari masing – masing pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Biaya – biaya tataniaga markisa adalah sebagai berikut:

a. Biaya Tataniaga Pada Pola Saluran I

Pada pola saluran I petani menjual markisnya ke pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Solok (di sekitar jalan lintas sumatera). Pedagang pengecer ini yang langsung menjemput markisa ketempat petani. Pedagang pengecer ini kemudian menjual markisa langsung ke konsumen akhir. Dari hasil penelitian, didapatkan rincian biaya – biaya tataniaga markisa yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga pada pola saluran I seperti:

1. Petani

Harga markisa yang dibeli oleh pedagang pengecer ke petani langsung adalah 7.500/kg. Biaya yang di keluarkan petani dalam tataniaga markisa adalah :

a. Biaya Pengemasan

Petani melakukan pengemasan diladang sebelum membawa markisnya. Alat pengemasan yang digunakan adalah karung. Buah markisa terlebih dahulu dimasukkan kedalam karung dimana dalam 1 karung isinya 50 Kg buah markisa. Adapun rata-rata biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh petani adalah Rp 60/Kg (Lampiran 5).

b. Biaya penyusutan Kendaraan (Motor)

Beberapa petani menggunakan alat angkut berupa motor untuk membawa markisnya dari ladang menuju rumah petani. Adapun rata – rata biaya penyusutan kendaraan yang dikeluarkan petani yaitu Rp 60,5/kg (lampiran 6).

c. Biaya Bensin Kendaraan (Motor)

Biaya bensin kendaraan yang dikeluarkan petani untuk mengangkut markisa dari lahan yaitu Rp 19,21/kg (Lampiran 7).

d. Biaya Penyusutan Gerobak

Beberapa petani markisa juga ada yang menggunakan gerobak sebagai alat angkut Markisa dari ladang menuju rumahnya. Adapun rata – rata biaya penyusutan gerobak yang dikeluarkan petani yaitu Rp 7,18/kg (Lampiran 8).

2. Pedagang pengecer

Pedagang pengecer pada pola saluran I tataniaga markisa ini adalah pedagang pengecer yang berada di Kabupaten Solok yang berlokasi di sepanjang lintas sumatera Lubuk Selasih. Pedagang pengecer membeli markisa dari petani dengan harga Rp 7.500/kg, sedangkan harga jual markisa oleh pedagang pengecer ke konsumen akhir adalah Rp 15.000/kg (lampiran 10). Adapun biaya – biaya dalam proses tataniaga markisa yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu biaya upah angkut, sewa kios, penyusutan kendaraan dan biaya bensin. Untuk lebih rinci, biaya – biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam proses tataniaga markisa adalah sebagai berikut:

a. Biaya upah angkut

Pedagang pengecer dalam pola saluran ini membutuhkan jasa pengangkutan markisa yang sudah dibeli dari petani hingga dibawa ke kios– kios tempat pedagang pengecer tersebut berdagang. Rata – rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk upah angkut adalah sebesar Rp 1000/kg markisa (lampiran 11).

b. Biaya sewa kios

Biaya sewa kios pada pedagang pengecer ini merupakan biaya bersama, maksudnya pada sewa kios pedagang pengecer ini terdapat beberapa komoditi selain markisa, sehingga biaya tersebut dibagi berdasarkan persentase markisa yang terdapat pada kios tersebut (lampiran 12).

Rata – rata biaya sewa kios yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada pola saluran ini adalah sebesar Rp 133,68/kg markisa (lampiran 13).

c. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor)

Pedagang pengecer biasanya menggunakan alat angkut berupa motor untuk menjemput Markisanya dari petani. Adapun rata – rata biaya penyusutan kendaraan yang dikeluarkan pedagang pengecer yaitu Rp 21,78/kg (Lampiran 14).

d. Biaya Bensin Kendaraan (Motor)

Rata-rata biaya bensin yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk menjemput markisa yaitu 361,82/kg (Lampiran 15).

e. Biaya Penyusutan Produk

Adapun rata – rata biaya penyusutan yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk menanggulangi produk yang rusak atau busuk yaitu sebesar Rp 3,29/ Kg (Lampiran 16)

b. Biaya Tataniaga Pada Pola Saluran II

1. Petani

Total markisa yang dijual oleh petani ke pedagang pengumpul rata – rata 492,59 kg (lampiran 17). Harga jual buah markisa yang dijual oleh petani ke pedagang pengumpul adalah Rp 6.500/kg (lampiran 17). Harga ini lebih murah dibandingkan dengan harga petani yang menjual langsung ke pedagang pengecer, karena pedagang pengumpul mengambil markisa dari petani dalam jumlah besar. Adapun Rincian biaya – biaya yang dikeluarkan oleh petani adalah:

a. Biaya Pengemasan

Sebelum petani mengantarkan buah markisanya ke pedagang pengumpul, petani melakukan pengemasan terlebih dahulu dengan menggunakan karung untuk memudahkan petani dalam mengangkut markisanya. Adapun rata-rata biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh petani adalah Rp 60/kg (Lampiran 18).

b. Biaya Penyusutan Kendaraan Motor

Beberapa petani Markisa menggunakan alat angkut berupa motor untuk membawa markisanya dari ladang menuju rumah petani, karena jarak tempuh yang agak jauh dari rumah petani dengan ladang markisanya. Adapun rata – rata biaya penyusutan kendaraan yang dikeluarkan petani yaitu Rp 38,51/kg (Lampiran 19).

c. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Petani

Rata-rata biaya bensin yang dikeluarkan oleh petani untuk mengangkut markisa dari lahan adalah Rp 51,85/kg (Lampiran 20).

d. Biaya Penyusutan Gerobak

Beberapa petani Markisa ada juga yang menggunakan gerobak sebagai alat angkut Markisa dari ladang menuju rumahnya. Adapun rata – rata biaya penyusutan gerobak yang dikeluarkan petani yaitu Rp 7,35/kg (Lampiran 21).

2. Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul membeli markisa dari petani dengan harga Rp 6.500/kg. Pedagang pengumpul ini mengeluarkan biaya – biaya dalam proses tataniaga markisa. Rincian biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul seperti:

a. Biaya Tenaga Kerja

Pedagang pengumpul ini menggunakan tenaga kerja 6 orang untuk kegiatan sortasi, penimbangan, pengemasan dan bongkar muat Markisa. Biaya rata – rata tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah Rp 406,06/kg (Lampiran 24).

b. Biaya Karton/Dus

Dalam pengepakan buah Markisa yang dilakukan oleh pedagang pengumpul ke pedagang pengecer tidak lagi menggunakan karung. Pedagang pengumpul menggunakan kotak karton/kardus sebagai alat pengepakan Markisa. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa rata – rata biaya kotak karton yang dikeluarkan pedagang Rp 180/kg dimana biaya satu kotak karton Rp 9000 dengan isi rata – rata 50 kg Markisa per kotak (Lampiran 25).

c. Biaya Transportasi

Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul yaitu biaya angkut dalam pembelian markisa dari petani. Untuk tataniaga Markisa, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi rata– rata sebesar Rp 1,08/kg (Lampiran 26).

d. Biaya Penyusutan Alat

Pedagang pengumpul memerlukan peralatan dalam proses tataniaga markisa agar memudahkan dalam proses penjualan markisa ke pedagang besar. Adapun alat yang digunakan pedagang pengumpul adalah timbangan

dengan kapasitas angkut 50 kg. Rata-rata biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 0,86/kg (Lampiran 27).

e. Biaya Penyusutan Gudang

Gudang merupakan tempat yang digunakan pedagang pengumpul untuk penyimpanan markisa maupun dalam hal pengemasan markisa. Total Biaya penyusutan gudang yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 3,71/kg Markisa (Lampiran 28).

f. Biaya Penyusutan Produk

Rata – rata biaya penyusutan yang dikeluarkan pedagang pengumpul untuk menanggulangi produk yang rusak atau busuk yaitu sebesar Rp 0,44/kg (Lampiran 29).

3. Pedagang pengecer

Harga jual markisa ditingkat pedagang pengecer pada saluran II adalah sebesar Rp 13.000/kg markisa (lampiran 31). Pedagang pengecer ini mengeluarkan biaya – biaya berupa biaya upah angkut, sewa kios, penyusutan alat. Biaya sewa kios pada pedagang pengecer ini merupakan biaya bersama, maksudnya pada sewa kios pedagang pengecer ini terdapat beberapa komoditi selain markisa, sehingga biaya tersebut dibagi berdasarkan persentase markisa yang terdapat pada kios tersebut (lampiran 33).

Untuk lebih rinci, biaya – biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam proses tataniaga markisa adalah sebagai berikut:

a. Biaya upah angkut

Markisa yang telah dibeli dari pedagang pengumpul diangkut ke kios – kios pedagang pengecer menggunakan jasa angkut. Rata – rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk upah angkut markisa adalah sebesar Rp 700/kg (lampiran 32).

b. Biaya sewa kios

Biaya sewa kios hanya dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam proses penjualan langsung ke konsumen akhir, dengan biaya rata – rata yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk sewa kios sebesar Rp 146,97/kg markisa (lampiran 34).

c. Biaya Penyusutan kendaraan

Pedagang pengecer menggunakan kendaraan dalam proses pembelian buah markisa. Kendaraan yang digunakan oleh pedagang pengecer dalam proses pembelian markisa adalah Motor. Rata – rata biaya penyusutan motor yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 24,06/kg markisa (lampiran 35).

d. Biaya Bensin Kendaraan (Motor)

Rata-rata biaya bensin yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp 86,83/kg (Lampiran 36).

e. Biaya Penyusutan Produk

Rata – rata biaya penyusutan yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk menanggulangi produk yang rusak atau busuk yaitu sebesar Rp 4,55/kg (Lampiran 37).

Tabel 8. Tabel Margin Tataniaga Markisa Di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti

Uraian	Saluran I	Saluran II
	Rp/Kg	Rp/Kg
<i>PETANI</i>		
Harga Jual	7.500,00	6.500,00
Biaya Penyusutan Gerobak	7,18	7,35
Biaya Penyusutan Kendaraan(Motor)	60,50	38,51
Biaya Bensin Kendaraan Motor	19,21	51,85
Biaya Pengemasan	60,00	60,00
Total Biaya Petani	146,89	157,71
Pendapatan Petani	7353,11	6342,29
<i>PEDAGANG PENGUMPUL</i>		
Harga Beli		6.500,00
Biaya Tataniaga:		
- Karton/Dus		180,00
- Tenaga Kerja		406,06
- Transportasi		1,08
- Penyusutan Alat		0,86
- Penyusutan Gudang		3,71
- Penyusutan Produk		0,44
Total Biaya Pedagang Pengumpul		592,15
Harga Jual Ke Pedagang pengecer		8.000,00
Margin Pedagang Pengumpul		1.500,00
Keuntungan Pedagang Pengumpul		907,85
<i>PEDAGANG PENGECEK</i>		
Harga Beli	7.500,00	8.000,00
Biaya Tataniaga:		
- Upah Angkut	1.000,00	700,00
- Sewa Kios	133,68	146,97
- Penyusutan Kendaraan	21,78	24,06
- Bensin Kendaraan	361,82	86,83
- Penyusutan Produk	3,29	4,55
Total Biaya Pedagang Pengecer	1520,57	962,41
Harga Beli Konsumen Akhir	15.000,00	13.000,00
Margin Pedagang Pengecer	7.500,00	5.000,00
Keuntungan Pedagang Pengecer	5.979,43	4.037,59
Total Biaya Tataniaga	1.667,46	1.712,27
Total Keuntungan	5.832,54	4.787,73
Total Margin Tataniaga	7.500,00	6.500,00

2. Margin Tataniaga

Margin tataniaga adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan yang dibayarkan oleh konsumen. Didaerah produksi, terdapat perbedaan harga yang diterima petani produsen dengan harga yang diterima masing-masing lembaga tataniaga lainnya. Hal ini terjadi karena semua pedagang yang terlibat mengeluarkan biaya dan menarik keuntungan dalam proses pengaliran barang sampai dijual ke pedagang lainnya.

Dari Tabel 8 dapat diketahui bahwa total biaya tataniaga terkecil terdapat pada pola saluran I sebesar Rp 1667,46/kg dari harga jual yang diterima oleh konsumen akhir. Sedangkan total biaya tataniaga yang terbesar terdapat pada pola saluran II yaitu sebesar Rp 1712,27/kg. Hal ini dikarenakan oleh biaya – biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga pada pola saluran II lebih besar dibandingkan pada pola saluran I.

Ditinjau dari total margin tataniaga markisa, maka margin paling besar terdapat pada pola saluran I yaitu sebesar Rp 7.500/kg dari harga jual yang diterima konsumen akhir. Dilihat dari segi keuntungan yang diterima oleh masing– masing lembaga disetiap saluran, maka keuntungan terbesar pada pola saluran I diperoleh yaitu sebesar Rp 5832,54/kg. Perbedaan harga ini disebabkan oleh perbedaan harga Markisa yang dibeli dari petani sampel, harga jual serta keuntungan yang diinginkan oleh pedagang perantara yang berbeda – beda, serta biaya tataniaga yang dikeluarkan oleh masing pedagang perantara juga berbeda – beda.

3. Bagian Yang Diterima Oleh Petani Masing – Masing Saluran Tataniaga Markisa

Bagian yang diterima petani merupakan perbandingan harga yang diterima oleh petani sampel markisa di Nagari Air Dingin dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Bagian yang diterima oleh petani sampel ini dinyatakan dalam persentase. Bagian yang diterima oleh petani markisa di Nagari Air Dingin dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini:

Tabel 9. Bagian Yang Diterima Oleh Petani Dalam Tataniaga Markisa di Nagari Air Dingin

No	Saluran Tataniaga	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Bagian Yang Diterima Petani (%)
1.	Saluran I	7500	15.000	50,00
2.	Saluran II	6500	13.000	49,90

Tabel 10. Bagian Yang Diterima Oleh Masing-masing Pedagang Pada Setiap Saluran Tataniaga

No	Saluran Tataniaga	Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	Pedagang Pengecer (Rp/Kg)	Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg)	Bagian Yang Diterima Pedagang (%)
1.	Saluran I		7500	15.000	50,00
2.	Saluran II	6500		13.000	49,90
			8000	13.000	11,53

Berdasarkan tabel diatas, untuk *share* (bagian) yang diterima oleh petani dan pedagang dari kedua saluran berdasarkan tingkat efisiensi dan biaya tataniaga yang didapatkan, maka tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan untuk *share* yang diterima oleh masing-masing lembaga, hal ini berarti adanya pembagian yang adil untuk setiap lembaga tataniaga yang terlibat dari kedua bentuk saluran tataniaga di pasar lokal. Berdasarkan perbedaan *share* yang tidak terlalu signifikan tersebut, maka petani dapat menggunakan kedua saluran untuk mendistribusikan produknya tanpa harus mempertimbangkan saluran yang paling efisien.

4. Efisiensi Tataniaga Markisa

Menurut Hamid (1994:16) efisiensi ekonomis (harga) adalah usaha untuk menaikkan efisiensi harga dimaksudkan untuk perbaikan yang dituju kepada tata cara pembelian-penjualan dan aspek penetapan harga dalam proses tataniaga, sehingga konsumen tetap bersedia membayar sesuai dengan harga pasar. Untuk mencapai tingkat efisiensi dapat dilakukan dengan efisiensi biaya tataniaga.

Efisien atau tidaknya saluran tataniaga yang dilalui dapat dilihat dari efisiensi biaya tataniaga. Semakin kecil nilai efisiensi tataniaga (EP) maka semakin efisien tataniaga yang dilalui karena mampu menyalurkan produk dengan

biaya semurah – murahnya. Nilai EP yaitu ratio antara total biaya tataniaga dengan total nilai produk yang dipasarkan.

Tabel 11. Efisiensi Tataniaga Pada Masing – Masing Saluran Tataniaga Markisa

No	Saluran Tataniaga Markisa	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)	Nilai Produk Yang Dipasarkan (Rp/Kg)	EP (%)
1.	Saluran I	1667,46	15.000	11,11
2.	Saluran II	1712,27	13.000	13,17

Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa nilai efisiensi tataniaga (EP) yang paling kecil adalah pada pola saluran I sebesar 11,11% dengan total biaya tataniaga yang dikeluarkan sebesar Rp 1667,46/kg markisa. Nilai efisiensi tataniaga (EP) yang paling besar adalah pada pola saluran II sebesar 13,17% dengan total biaya tataniaga sebesar Rp 1712,27/kg markisa. Hal ini karena, pada pola saluran I total biaya tataniaga yang dikeluarkan lebih kecil daripada pola saluran II. Pada pola saluran II, petani menjual markisa melalui beberapa pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sehingga total biaya tataniaga yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan pola saluran lainnya.

Jadi, berdasarkan hasil penelitian diatas melihat dari nilai efisiensi tataniaga (EP), jika dibandingkan antara saluran I dan II, maka saluran tataniaga yang menguntungkan bagi petani adalah pola saluran I karena dapat menyalurkan produk dengan biaya yang semurah-murahnya dibandingkan dengan pola saluran II.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis tataniaga markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti, diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Dinagari Air Dingin terdapat 2 pola saluran tataniaga markisa yaitu saluran I (Petani – Pedagang pengecer – Konsumen), saluran II (Petani – Pedagang Pengumpul - Pedagang pengecer – Konsumen). Sedangkan untuk lembaga tataniaga yang terlibat pada tataniaga markisa meliputi petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Adapun fungsi – fungsi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga markisa dalam proses tataniaganya adalah Petani, yaitu fungsi pertukaran berupa penjualan, fungsi fisik berupa pengangkutan, fungsi pengepakan dan fungsi penyimpanan, dan fungsi fasilitas berupa sortasi, penanggungan risiko dan modal. Pedagang pengumpul, yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan dan pengepakan) dan fungsi fasilitas berupa informasi pasar, modal dan penanggungan risiko. Pedagang pengecer yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, dan penyimpanan) dan fungsi fasilitas (informasi pasar, modal dan resiko).

Dari kedua saluran tataniaga, margin tataniaga yang paling menguntungkan terdapat pada saluran I yaitu Rp 7500/kg dibandingkan margin tataniaga pada saluran II yaitu Rp 6500/kg. Sedangkan untuk bagian yang diterima petani yang paling besar adalah pada saluran I yaitu sebesar 50,00% dibandingkan saluran II. Nilai efisiensi tataniaga (EP) yang paling kecil berdasarkan efisiensi biaya tataniaganya yaitu pada saluran I sebesar 11,11%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Untuk menjaga kualitas/mutu dari buah markisa sebaiknya pemerintah menetapkan standarisasi dan grading dari buah markisa mengingat sebentar lagi akan memasuki pasar globalisasi perdagangan bebas asia tenggara, dengan begitu markisa tetap mampu bersaing dengan produk luar.

2. Berdasarkan *share* (bagian) yang diterima, nilai efisiensi dan biaya tataniaga yang didapatkan dari kedua saluran dari pedagang yang berada dipasar lokal, dapat dilihat bahwa tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan untuk *share* yang diterima oleh masing-masing lembaga yang terlibat, untuk itu penulis menyarankan sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan pedagang yang berada di pasar regional (Jakarta dan Bandung) sehingga dengan begitu mungkin dapat dilihat perbedaan *share* yang diterima oleh masing-masing lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Buharman, B. Yanti Mala. Edial Afdi. 2001. *Markisah Manis (Passiflora Lingularis): Komoditi Unggulan Dataran Tinggi Kabupaten Solok, Sumatera Barat*. Departemen Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sumatera Barat.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Solok, 2013, *Kabupaten Solok dalam Angka 2013*. Kabupaten Solok.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. 2013. *Sumatera Barat Dalam Angka 2012*. Padang.
- Dinas Pertanian, Perikanan dan peternakan Kabupaten Solok. *Data Statistik Tanaman Hortikultura*. 2012.
- Dinas Tanaman Pangan Kabupaten Solok. 2013. *Laporan Tahunan 2012*. Kabupaten Lima Puluh Kota.
- Hamid, Abdul Kadir. 1994. *Dasar – Dasar Tataniaga Pertanian*. Fajar Harapan. Pekanbaru. Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. 225 Hal.
- Hanafiah, A. M. dan Saefudin, A. M. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan UI Press*. Jakarta. 208 Hal.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Jakarta. 298 Hal
- Nainggolan, Kasman. 2005. *Pertanian Indonesia Kini dan Esok*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta. 163 Hal.
- Nasruddin, Wasrob. 1999. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Terbuka. Jakarta. 143 Hal.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta. 542 Hal
- Rahmat, Rukmana. 2003. *Usaha Tani Markisa*. Kanisius. Yogyakarta. 55 Hal
- Rahim dan Hastuti. 2007. *Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta. 204 Hal
- Soekartawi, 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian : Teori dan Aplikasi*. PT Grafindo Persada. Jakarta. 233 Hal.

- _____, 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian*. Raja Grafindo Persada. Malang. 238 Hal
- Soetriono, Anik Suwandari, dan Rijanto. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Bayumedia. Jawa Timur. 198 Hal.
- Suratiah, K. 2009. *Ilmu Usahatani* . Penebar Swadaya . Jakarta. 124 Hal.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung. 165 Hal
- Swastha, B. 1979. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Penerbit BPFE. Yogyakarta. 188 Hal
- Yayuk. F.B. Khomsan. A. dan C. Meti Dwirianti. 2004. *Pengantar Pangan dan Gizi*. Penebar Swadaya. Jakarta. 124 Hal.

Lampiran 1. Perkembangan Produksi Buah-Buahan di Indonesia 1995-2011

Tahun	Rambutan (Ton)	Sawo (Ton)	Sirsak (Ton)	Markisa (Ton)	Sukun (Ton)	Melinjo (Ton)
1995	-	-	-	-	-	-
1996	-	-	-	-	-	-
1997	295 693	54 990	39 976	-	30 363	153 215
1998	277 879	46 759	40 358	-	25 816	127 136
1999	263 415	44 556	44 195	-	25 004	127 026
2000	296 103	53 275	40 115	-	35 435	141 116
2001	350 875	63 011	46 951	-	41 036	169 902
2002	476 941	69 479	52 974	-	47 549	167 884
2003	815 438	83 877	68 426	71 899	62 432	244 864
2004	709 857	88 031	82 338	59 434	66 994	209 630
2005	675 579	83 787	75 767	82 892	73 637	210 836
2006	801 077	107 169	84 373	119 683	88 339	239 209
2007	705 823	101 263	55 798	106 788	92 014	205 728
2008	978 259	120 649	55 042	138 027	113 778	230 654
2009	986 841	127 876	65 359	120 796	110 923	221 097
2010	522 852	122 813	60 754	132 011	89 231	214 355
2011	811 909	118 138	59 844	140 895	102 089	217 524

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2012

Lampiran 2. Keadaan Luas areal Produksi Buah Markisa Tahun 2012 di Sumatera Barat

No	Kabupaten/Kota		Luas lahan (Ha)	Produksi (Ton)
	Kabupaten			
1	Kep. Mentawai		-	-
2	Pesisir Selatan		-	-
3	Solok		1279 974	11 855
4	Sijunjung		-	-
5	Tanah datar		-	-
6	Padang Pariaman			-
7	Agam		405	3
8	SO Kota		48	-
9	Pasaman		-	-
10	Solok Selatan		-	-
11	Dharmasraya		-	-
12	Pasaman Barat		-	-
	Kota			
13	Padang		-	-
14	Solok		-	-
15	Sawah Lunto		-	-
16	Padang Panjang		-	-
17	Bukit tinggi		-	-
18	Payakumbuh		15	-
19	Pariaman		-	-
Sumatera Barat		2012	1280 119	118 588
		2011	1190 804	123 339
		2010	1194 966	114 930
		2009	1204 909	100 702
		2008	1192 864	118 935

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan BPS Sumatera Barat, 2013

Lampiran 3. Jumlah Tanaman dan Produksi Markisa di Kabupaten Solok Tahun 2011

No	Kecamatan	Luas		
		Tanam (Ha)	Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Pantai Cermin	4 275	2 175	192.90
2	Lembah Gumanti	859 806	852 463	97 497.20
3	Hiliran Gumanti	-	-	-
4	Payung Sekaki	34 556	11 688	1 058.30
5	Tigo Lurah	-	-	-
6	Lembang Jaya	138 400	22 600	1 668.80
7	Danau Kembar	253 752	247 153	16 761.70
8	Gunung Talang	67 444	60 520	6 140.00
9	Bukit Sundi	-	-	-
10	X Koto Sungai Lasi	-	-	-
11	Kubung	-	-	-
12	IX Koto Diatas	-	-	-
13	IX Koto Sngkarak	-	-	-
14	Junjung Sirih	-	-	-
Jumlah / Total		1358 233	1196 599	123 318.90

Sumber : Dinas Pertanian, Perikanan dan Peternakan Kabupaten Solok, 2012

Lampiran 4. Identitas Petani Sampel Markisa di Kecamatan Lembah Gumanti

No	Nama	Umur (Th)	Luas lahan (Ha)	Umur Tanaman (Th)	Status Kepemilikan Lahan
1	Ente	65	1,25	6	Milik Sendiri
2	Adrizal	58	1	5	Milik Sendiri
3	Dihu	50	0,5	4	Milik Sendiri
4	Imeh	47	1	6	Milik Sendiri
5	Ujang	60	1	6	Milik Sendiri
6	Nanih	45	1	4	Milik Sendiri
7	Jamalus	59	1	4	Milik Sendiri
8	Lelo	54	0,5	6	Milik Sendiri
9	Imai	72	1	6	Milik Sendiri
10	Ideh	37	0,25	6	Milik Sendiri
11	Ilham	57	0,5	4	Milik Sendiri
12	Muharman	64	1,25	6	Milik Sendiri
13	Kodek	45	1,25	4	Milik Sendiri
14	Rismul yandi	37	1	4	Milik Sendiri
15	Zul	60	1,5	5	Milik Sendiri
16	Anton	44	0,25	5	Milik Sendiri
17	Mardinan	75	1,25	5	Milik Sendiri
18	Edi	53	1,25	4	Milik Sendiri
19	Lastri	46	1,25	5	Milik Sendiri
20	Baharuddin	52	1,25	6	Milik Sendiri
21	Syafril	33	1	4	Milik Sendiri
22	Armen	50	1,5	6	Milik Sendiri
23	Farida	38	0,5	4	Milik Sendiri
24	Hasan	43	0,5	5	Milik Sendiri
25	Asrison	40	0,5	5	Milik Sendiri
26	Sabirin	72	0,5	6	Milik Sendiri
27	Syafruddin	36	0,25	4	Milik Sendiri
28	Ali Darlis	59	0,5	4	Milik Sendiri
29	Syawal	53	0,5	4	Milik Sendiri
30	Jastati	58	0,5	6	Milik Sendiri
31	Sapriyanti	32	1,25	6	Milik Sendiri

Sumber : Kelompok Tani Kecamatan Lembah Gumanti 2012

Lampiran 5. Biaya Pengemasan Buah Markisa Oleh Petani Pada Pola Saluran I

No	Produksi Markisa(Kg/Bln)	Harga Karung	Jumlah Karung	Biaya Karung	
				Rp/Karung	Rp/Kg
2	400	3.000	8	24000,00	60,00
3	200	3.000	4	12000,00	60,00
6	200	3.000	4	12000,00	60,00
8	500	3.000	10	30000,00	60,00
Jumlah	1300	12.000	26	78.000,00	240,00
Rata- Rata	433,33	4000	8,67	19500,00	60,00

Lampiran 6. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Petani Pada Saluran I

No. Sampel	Penyusutan Kendaraan (Motor)				
	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/Kg)
2	13.000.000	15	1.300.000	26000	65
3	-	-	-	-	-
6	12.500.000	15	1.250.000	25000	125
8	13.000.000	15	1.300.000	26000	52
Total	38500000	45	3850000	77000	242
Rata – rata				19250	60,5

Lampiran 7. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Petani Pada Pola Saluran I

No. Sampel	Jarak Ladang Ke Rumah (Km)	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)	Harga Bensin/ liter	Biaya Bensin/Bulan	Biaya Bensin/kg
2	1	400	6.500	10.855	27,13
3	-	-	-	-	-
6	0,5	200	6.500	5.400	27,00
8	1	500	6.500	1.500	3,00
Total					57,63
Rata – rata					19,21

Lampiran 8. Biaya Penyusutan Gerobak Petani Pada Saluran I

No sampel	Penyusutan Gerobak					
	Produksi Markisa (Kg/Bln)	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/kg)
3	200	335.000	7	43071,43	1435,71	7,18
Total						7,18
Rata-rata						7,18

Lampiran 9. Identitas Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I

No	Nama Pedagang	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Lokasi Berjualan
1	Marni	30	P	SMA	3	Lubuk Selasih
2	Doni	35	L	SMA	5	Lubuk Selasih
3	Perianto	36	L	SMP	3	Pasar Usang
4	Rustam	50	L	SMP	4	Tabek Panjang
5	Effendi	44	L	SMP	5	Lubuk Selasih
6	Muluk	58	L	SD	7	Tabek Panjang

Lampiran 10. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I

Sampel	Nama Pedagang	Umur	Jumlah Penjualan (Rp/Kg)/Bulan	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Marni	30	240	15.000
2	Doni	35	450	15.000
3	Perianto	36	300	15.000
4	Rustam	50	150	15.000
5	Effendi	44	150	15.000
6	Muluk	58	300	15.000
Total			1590	90.000
Rata-rata			265	15.000

Lampiran 11. Biaya Upah Angkut Markisa Yang Dikeluarkan Oleh Pedagang Pengecer Pada Saluran I

Sampel	Jumlah (Kg)	Biaya Angkut	
		Total (Rp)	Rp/Kg
1		-	-
2		-	-
3	100	100000	1000
4	50	50000	1000
5		-	-
6	100	100.000	1000
Total	250	250.000	3000
Rata – rata		83.333	1000

Lampiran 12. Perhitungan Biaya Bersama Oleh Pedagang Pengecer Markisa Pada Pola Saluran I

Sampel	Buah Yang Dijual	Jumlah (Kg)	% Buah Markisa
1	Markisa	240	0,23
	Sirsak	150	
	Terung Pirus	450	
	Alpokot	300	
	Ubi	200	
2	Markisa	450	0,37
	Alpokot	250	
	Labu	180	
	Pisang	180	
	Ubi	150	
3	Markisa	300	0,23
	Alpokot	200	
	Ubi	200	
	Sirsak	150	
	Saos	150	
	Labu	300	
4	Markisa	150	0,14
	Alpokot	160	
	Ubi	150	
	Sirsak	150	
	Saos	270	
	Pisang	150	
5	Markisa	150	0,13
	Alpokot	350	
	Ubi	300	
	Sirsak	150	
	Labu	200	
6	Markisa	300	0,30
	Alpokot	200	
	Ubi	250	
	Sirsak	150	
	Saos	100	

Lampiran 13. Biaya Sewa Kios Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I

Sampel	Jumlah Penjualan (Kg/bulan)	Biaya Sewa		Biaya Bersama	
		Rp/bulan	Rp/Kg	% Buah Markisa	Rp/Kg
1	240	150.000	625	0,23	143,75
2	450	150.000	333,33	0,37	123,33
3	300	150.000	500	0,23	115
4	150	150.000	1000	0,14	140
5	150	150.000	1000	0,13	130
6	300	150.000	500	0,30	150
Total		900.000	3958,33		802,08
Rata- rata		150.000	659,72		133,68

Lampiran 14. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I

No. Sampe 1	Penyusutan Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer					
	Harga Beli (Rp)	Biaya bersama (%)	Umur Ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/Kg)
1	12.500.000	0,23	15	1250000	25000	23,95
2	12.000.000	0,37	15	1200000	24000	19,73
3	-	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-	-
5	12.500.000	0,13	15	1250000	25000	21,66
6	-	-	-	-	-	-
Total					74000	65,34
Rata-rata					24666,67	21,78

Lampiran 15. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Saluran I

No. Sampel	Jumlah Markisa yang dibeli (Kg)	Harga Bensin/Liter	Biaya Bensin/Bulan	Biaya Bensin/Kg
1	50	6.500	10.855	217,10
2	100	6.500	43.420	434,20
6	100	6.500	43.420	434,20
Total				1085,50
Rata – rata				361,83

Lampiran 16. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran I

Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli Markisa (Rp/Kg)	Biaya Penyusutan Produk		
			Penyusutan (%)	Nilai Penyusutan (Rp)	(Rp/Kg)
1	240	15.000	5%	750	3,12
2	450	15.000	5%	750	1,67
3	300	15.000	5%	750	2,50
4	150	15.000	5%	750	5,00
5	150	15.000	5%	750	5,00
6	300	15.000	5%	750	2,50
Total	1.590	90.000		4.500	19,79
Rata-rata	265	15.000		750	3,29

Nilai penyusutan (Rp) = Harga Beli Markisa (RpKg) x % Penyusutan

Lampiran 17. Penjualan Markisa Dari Petani Ke Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II

No	Petani Sampel	Menjual Kepada	Produksi Markisa (Kg/Bln)	Harga (Rp/Kg)	Tunai/ Angsuran	Alasan Menjual
1	Ente	Dodi	1000	6.500	Tunai	Langganan
2	Imeh	Dodi	600	6.500	Tunai	Langganan
3	Ujang	Dodi	400	6.500	Tunai	Langganan
4	Kodek	Dodi	750	6.500	Tunai	Langganan
5	Imai	Dodi	500	6.500	Tunai	Langganan
6	Ideh	Dodi	300	6.500	Tunai	Langganan
7	Edi	Dodi	500	6.500	Tunai	Langganan
8	Syafruddin	Dodi	200	6.500	Tunai	Langganan
9	Ali darlis	Dodi	300	6.500	Tunai	Langganan
10	Syawal	Dodi	400	6.500	Tunai	Langganan
11	Zul	Dodi	1000	6.500	Tunai	Langganan
12	Anton	Dodi	200	6.500	Tunai	Langganan
13	Jastati	Dodi	350	6.500	Tunai	Langganan
14	Sapriyanti	Dodi	1000	6.500	Tunai	Langganan
15	Muharman	Gus	750	6.500	Tunai	Langganan
16	Jamalus	Gus	600	6.500	Tunai	Langganan
17	Rismul Y.	Gus	300	6.500	Tunai	Langganan
18	Armen	Gus	350	6.500	Tunai	Langganan
19	Farida	Gus	300	6.500	Tunai	Langganan
20	Hasan	Gus	300	6.500	Tunai	Langganan
21	Asrison	Gus	300	6.500	Tunai	Langganan
22	Sabirin	Gus	200	6.500	Tunai	Langganan
23	Mardinan	Gus	500	6.500	Tunai	Langganan
24	Ilham	Gus	500	6.500	Tunai	Langganan
25	Lastri	Gus	500	6.500	Tunai	Langganan
26	Baharuddin	Gus	1000	6.500	Tunai	Langganan
27	Syafril	Gus	200	6.500	Tunai	Langganan
Total			13.300	175.500		
Rata-rata			492,59	6.500		

Lampiran 18. Biaya Pengemasan Buah Markisa Oleh Petani Pada Saluran II

No	Produksi Markisa(Kg/Bln)	Harga Karung	Jumlah Karung	Biaya Karung	
				Rp/Karung	Rp/Kg
1	1000	3000	20	60000	60
2	600	3000	12	36000	60
3	400	3000	8	24000	60
4	750	3000	15	45000	60
5	500	3000	10	30000	60
6	300	3000	6	18000	60
7	500	3000	10	30000	60
8	200	3000	4	12000	60
9	300	3000	6	18000	60
10	400	3000	8	24000	60
11	1000	3000	20	60000	60
12	200	3000	4	12000	60
13	350	3000	7	21000	60
14	1000	3000	20	60000	60
15	750	3000	15	45000	60
16	600	3000	12	36000	60
17	300	3000	6	18000	60
18	350	3000	7	21000	60
19	300	3000	6	18000	60
20	300	3000	6	18000	60
21	300	3000	6	18000	60
22	200	3000	4	12000	60
23	500	3000	10	30000	60
24	500	3000	10	30000	60
25	500	3000	10	30000	60
26	1000	3000	20	60000	60
27	200	3000	4	12000	60
Total				798000,00	1620
Rata-rata				29555,56	60

Lampiran 19. Biaya Penyusutan Kendaraan (Motor) Petani Pada Saluran II

No. Sampel	Penyusutan Kendaraan (Motor)				
	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp/Bulan)	Penyusutan (Rp/Kg)
1	13.000.000	15	1.300.000	26.000	26
2	12.000.000	15	1.200.000	24.000	40
4	12.000.000	15	1.200.000	24.000	32
5	13.000.000	15	1.300.000	26.000	52
7	12.500.000	15	1.250.000	25.000	50
11	12.500.000	15	1.250.000	25.000	25
14	13.000.000	15	1.300.000	26.000	26
15	12.000.000	15	1.200.000	24.000	32
16	12.500.000	15	1.250.000	25.000	41,67
23	12.000.000	15	1.200.000	24.000	48
24	13.000.000	15	1.300.000	26.000	52
25	12.500.000	15	1.250.000	25.000	50
26	13.000.000	15	1.300.000	26.000	26
Total				326000	500,67
Rata – rata				25076,92	38,51

Lampiran 20. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Petani Pada Saluran II

No. Sampel	Jumlah Produksi Markisa (Kg)	Harga Bensin/Liter	Biaya Bensin/ Bulan	Biaya Bensin/Kg
1	1000	6.500	45.604	45,60
2	600	6.500	19.257,33	32,90
4	750	6.500	32.066,67	42,75
5	500	6.500	18.091,67	36,18
7	500	6.500	19.001,67	38,00
11	1000	6.500	65.000	65,00
14	1000	6.500	74.282	74,28
15	750	6.500	74.282	99,04
16	600	6.500	23.426	39,04
23	500	6.500	24.071,67	48,14
24	500	6.500	24.071,67	48,14
25	500	6.500	20041,67	40,08
26	1000	6.500	65.000	65,00
Total				674,15
Rata – rata				51,85

Lampiran 21. Biaya Penyusutan Gerobak Yang Digunakan Oleh Petani Pada Saluran II

No Sampel	Penyusutan Gerobak					
	Produksi Markisa (Kg/Bln)	Harga Beli (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp/Kg)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/kg)
3	400	345.000	5	62100	2070	5,175
6	300	350.000	5	63000	2100	7
8	200	345.000	5	62100	2070	10,35
9	300	320.000	5	57600	1920	6,4
10	400	320.000	5	57600	1920	4,8
12	200	335.000	5	60300	2010	10,05
13	350	350.000	5	63000	2100	6
17	300	350.000	5	63000	2100	7
18	350	345.000	5	62100	2070	5,91
19	300	320.000	5	57600	1920	6,4
20	300	345.000	5	62100	2070	6,9
21	300	350.000	5	63000	2100	7
22	200	345.000	5	62100	2070	10,35
27	200	320.000	5	57600	1920	9,6
Total					28440	102,94
Rata-rata					2031,43	7,35

Lampiran 22. Identitas Pedagang Pengumpul Pada Saluran II

No. Sampel	Nama	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jenis Kelamin	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Lokasi Berdagang	Jumlah Pembelian (Kg)
1	Dodi	31	SMA	L	15	Jakarta dan Bandung	2.250
2	Gus	44	S1	P	20	Jakarta dan Bandung	550

Lampiran 23. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran
II

No. Sampel	Nama Pedagang Pengumpul	Volume Penjualan (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Total Penjualan (Rp)
1	Dodi	2.250	8.000	15.750.000
2	Gus	550	8.000	3.850.000
Total		2800	16.000	19.600.000
Rata-rata			8.000	9.800.000

Lampiran 24. Biaya Tenaga Kerja Pedagang Pengumpul Pada Saluran II

No. Sampel	Nama Pedagang Pengumpul	Volume Penjualan (Kg)	Jumlah Tenaga Kerja	Aktivitas	Biaya Tenaga Kerja (Rp)/bulan	Total Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)
1	Dodi	2.250	4	- Sortasi - Timbang - Pengemasan - Muat	150.000	266,67
2	Gus	550	2	- Sortasi - Timbang - Pengemasan - Muat	150.000	545,45
Total		2800	6		300.000	812,12
Rata-rata		1400	3		150.000	406,06

Lampiran 25. Biaya Karton/Dus Yang Digunakan Oleh Pedagang Pengumpul Pada Saluran II

No. Sampel	Nama Pedagang Pengumpul	Volume Penjualan (Kg)	Jumlah Karton	Harga Karton (Rp/Buah)	Total Biaya Karton	Total Biaya Karton (Rp/Kg)
1	Dodi	2.250	45	9.000	405.000	180
2	Gus	550	11	9.000	99.000	180
Total		2.800	56	18000	504.000	360
Rata-rata		1.400	28	9000	252.000	180,00

Lampiran 26. Biaya Transportasi Pedagang pengumpul Pada Saluran II

No. Sampel	Nama Pedagang Pengumpul	Volume Penjualan (Kg)	Total Biaya Transportasi (Rp/Bulan)	Total Biaya Transportasi (Rp/Kg)
1	Dodi	2.250	960.000	0,42
2	Gus	550	960.000	1,74
Total		2.800	1.920.000	2,16
Rata-rata		1.400	960.000	1,08

Lampiran 27. Biaya Penyusutan Alat Pedagang Pengumpul Pada Saluran II

No Sampel	Penyusutan Alat							
	Nama Pedagang Pengumpul	Nama Alat	Jumlah Alat	Harga Beli Alat	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp/Tahun)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/kg)
1	Dodi	Timbangan	1	1.500.000	10	135000	4500	0,86
2	Gus	Timbangan	1	1.500.000	10	135000	4500	0,86
Total					20	270000	9000	1,71
Rata- rata					10	135000	4500	0,86

Lampiran 28. Biaya Penyusutan Gudang Pedagang Pengumpul Pada Saluran II

No Sampel	Penyusutan Gudang						
	Nama Pedagang Pengumpul	Luas Gudang (Meter)	Biaya Pembuatan	Umur Ekonomis	Penyusutan (Rp/Tahun)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/kg)
1	Dodi	3x5	8.000.000	10	720000	24000	4,57
2	Gus	2x3	2.500.000	5	450000	15000	2,86
Total					1170000	39000	7,43
Rata- rata					585000	19500	3,71

Lampiran 29. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengumpul Pada Pola Saluran II

Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli Markisa (Rp/Kg)	Biaya Penyusutan Produk		
			Penyusutan (%)	Nilai Penyusutan (Rp)	(Rp/Kg)
1	2.250	8.000	5%	400	0,17
2	550	8.000	5%	400	0,72
Total	2.800	16.000		800	0,89
Rata-rata	1.400	8.000		400	0,44

$$\text{Nilai penyusutan (Rp)} = \text{Harga Beli Markisa (Rp/Kg)} \times \% \text{ Penyusutan}$$

Lampiran 30. Identitas Pedagang Pengecer Pada Saluran II

No	Nama Pedagang	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Lokasi Berjualan
1	Daslinar	56	L	SMP	3	Pasar Usang
2	Wati	49	P	SMA	5	Pasar Usang
3	Imul	61	L	SMP	3	Tabek Panjang
4	Jamihus	67	L	SMP	4	Tabek Panjang
5	Nasan	61	L	SD	5	Tabek Panjang
6	Syafiril	41	L	SMP	5	Pasar Usang
7	Nurhayati	51	P	SMA	3	Tabek Panjang
8	Tismani	49	P	SD	7	Talago
9	Yusbar	54	P	SD	7	Talago
10	Bustaman	65	L	SD	5	Simpang
11	Suwardi	57	L	SMP	4	Simpang
12	Nurubai	58	L	SD	7	Tabek Panjang

Lampiran 31. Harga Jual Markisa Oleh Pedagang Pengecer Pada Saluran II

Sampel	Nama Pedagang	Jumlah Penjualan (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Daslinar	100	13000
2	Wati	240	13.000
3	Imul	300	13.000
4	Jamilus	300	13.000
5	Nasan	300	13000
6	Syafril	100	13.000
7	Nurhayati	100	13.000
8	Tismani	150	13.000
9	Yusbar	100	13.000
10	Bustaman	150	13.000
11	Suwardi	100	13.000
12	Nurubai	150	13.000
Total		2.090	156.000
Rata-rata		174,16	13.000

Lampiran 32. Biaya Upah Angkut Pedagang Pengecer Pada Saluran II

No Sampel	Jumlah (Kg)	Biaya Angkut	
		Total (Rp)	Rp/Kg
2	200	200000	1000
3	200	200000	1000
4	250	250000	1000
5	200	200000	1000
7	200	200000	1000
8	100	100000	1000
10	100	100000	1000
Total		1.250.000	7000
Rata – rata		125.000	700

Lampiran 33. Perhitungan Biaya Bersama Oleh Pedagang Pengecer Pada Saluran
II

Sampel	Buah Yang Dijual	Jumlah (Kg)	% Markisa
1	Markisa	100	0,11
	Sirsak	150	
	Ubi	200	
	Alpokot	300	
	Saos	150	
2	Markisa	240	0,27
	Alpokot	250	
	Labu	180	
	Pisang	60	
	Ubi	150	
3	Markisa	300	0,24
	Alpokot	300	
	Ubi	210	
	Sirsak	100	
	Saos	130	
	Labu	200	
4	Markisa	100	0,3
	Alpokot	300	
	Ubi	300	
	Sirsak	100	
5	Markisa	300	0,3
	Alpokot	200	
	Ubi	200	
	Sirsak	150	
	Labu	150	
6	Markisa	100	0,07
	Alpokot	350	
	Ubi	200	
	Sirsak	150	
	Saos	100	
	labu	250	
	Pisang	150	
7	Markisa	100	0,125
	Sirsak	150	
	Ubi	200	
	Alpokot	250	
	Saos	100	

8	Markisa Alpokat Labu Ubi Sirsak	150 250 200 150 150	0,16
9	Markisa Alpokat Ubi Sirsak	100 300 300 100	0,12
10	Markisa Alpokat Ubi Sirsak Saos Labu	150 400 250 150 100 250	0,11
11	Markisa Alpokat Ubi Sirsak Saos	100 300 200 150 150	0,11
12	Markisa Alpokat Ubi Saos Labu Sirsak	150 400 250 100 250 150	0,11

Lampiran 34. Biaya Sewa Kios Pedagang Pengecer Pada Saluran II

Sampel	Jumlah Penjualan (Kg/Bulan)	Biaya Penyusutan		Biaya Bersama	
		Rp/Bulan	Rp/Kg	% Buah Markisa	Rp/Kg
1	100	150.000	1.500	0,11	165,00
2	240	150.000	6.25	0,27	168,75
3	300	150.000	5.00	0,24	120,00
4	300	150.000	5.00	0,30	150,00
5	300	150.000	5.00	0,30	150,00
6	100	150.000	1.500	0,07	105,00
7	100	150.000	1.500	0,12	180,00
8	150	150.000	1.000	0,16	160,00
9	100	150.000	1.500	0,12	180,00
10	150	150.000	1000	0,11	110,00
11	100	150.000	1.500	0,11	165,00
12	150	150.000	1.000	0,11	110,00
Total		1.800.000			1763,75
Rata-rata		150.000			146,97

Lampiran 35. Biaya Penyusutan Kendaraan Motor Pedagang Pengecer Pada Saluran II

No. Sampe 1	Penyusutan Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer					
	Harga Beli (Rp)	Biaya bersama (%)	Umur Ekonomis (tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp/bulan)	Penyusutan (Rp/Kg)
1	12.500.000	0,11	15	1250000	25000	27,5
6	13.000.000	0,07	15	1300000	26000	18,2
9	12.000.000	0,12	15	1200000	24000	28,8
11	12.500.000	0,11	15	1250000	25000	27,5
12	12.500.000	0,11	15	1250000	25000	18,33
Total						120,33
Rata- rata						24,06

Lampiran 36. Biaya Bensin Kendaraan (Motor) Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II

No. Sampel	JumlahMarkisa Yang Dibeli(Kg)	HargaBensin/liter	Biaya Bensin/ Bulan	BiayaBensin/kg
1	400	6.500	32.565	81,41
6	400	6.500	43.420	108,55
9	200	6.500	21.710	108,55
11	400	6.500	32.565	81,41
12	200	6.500	10.855	54,27
Total				434,19
Rata – rata				86,83

Lampiran 37. Biaya Penyusutan Produk Pedagang Pengecer Pada Pola Saluran II

Sampel	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli Markisa (Rp/Kg)	Biaya Penyusutan Produk		
			Penyusutan (%)	Nilai Penyusutan (Rp)	(Rp/Kg)
1	100	13.000	5%	650	6,50
2	240	13.000	5%	650	2,70
3	300	13.000	5%	650	2,16
4	300	13.000	5%	650	2,16
5	300	13.000	5%	650	2,16
6	100	13.000	5%	650	6,50
7	100	13.000	5%	650	6,50
8	150	13.000	5%	650	4,33
9	100	13.000	5%	650	6,50
10	150	13.000	5%	650	4,33
11	100	13.000	5%	650	6,50
12	150	13.000	5%	650	4,33
Total	2.090	156.000		7.800	54,67
Rata-rata	174,16	13.000		650	4,55

Nilai penyusutan (Rp) = Harga Beli Markisa (RpKg) x % Penyusutan

Lampiran 38. Foto Tataniaga Buah Markisa di Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti



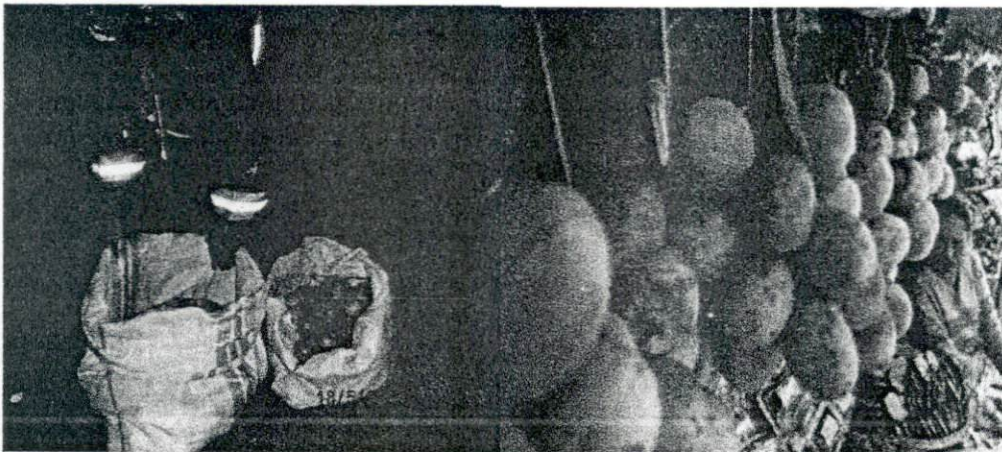
Gambar 1. Pedagang Pengumpul Sedang mensortir buah Markisa dan buah markisa yang sudah dikemas kedalam karton/dus



Gambar 2. Karton/dus yang digunakan pedagang pengumpul untuk pengemasan



Gambar 3. Lahan Markisa Petani di Nagari Air Dingin



Gambar 4. Pengemasan buah markisa oleh petani dan Kios pengecer di LubukSelasih